



Sportbureau



One mission, one team, one win

Communicatieadviesrapport

Auteur: Renate van Ingen
Studentnr.: 1094498
Afstudeerbegeleider: Henny Beijer
Opleiding: Communicatiemanagement
Hogeschool van Utrecht

Managementsamenvatting

Het Sportbureau van ROC A12 is bij aanvang van het studiejaar 2011-2012 gestart met een verplicht sportprogramma over gezondheid, bewegen en sport voor eerstejaars voltijdstudenten op de locatie Ede. Gedurende het studiejaar is gebleken dat de informatie over dit initiatief de doelgroep niet of onvoldoende bereikt. Het doel van dit adviesrapport is te komen tot werkbare adviezen en aanbevelingen, die bijdragen aan de realisatie van de adviesvraag die het Sportbureau in het licht van bovenstaande heeft geformuleerd.

Adviesvraag

'Hoe moet Sportbureau ROC A12 voor 1 november 2012 75% van de eerstejaars voltijdstudenten bereiken en overhalen tot deelname aan sportactiviteiten?'

Onderzoeksmethode

Om een strategisch advies te kunnen geven op de adviesvraag, heeft er eerst een onderzoek plaatsgevonden. Dit onderzoek bestond uit field research, kwantitatief onderzoek in de vorm van het afnemen van een enquête en kwalitatief onderzoek door een dialoog met een focusgroep. Deze bestond uit respondenten van de enquête. Daarnaast is er een benchmark uitgevoerd onder 4 mbo-instellingen.

Onderzoeksresultaten

Uit het onderzoek komt naar voren dat er bij de studenten geen behoefte is aan contact via social media, omdat men school/werk gescheiden wil houden van het privéleven. De studenten geven aan dat zij behoefte hebben aan persoonlijk contact en de informatie ook op deze manier willen ontvangen. Uit de benchmark blijkt verder dat fysiek contact met de studenten het beste resultaat oplevert. Uit het onderzoek blijkt ook dat docenten en studieloopbaanbegeleiders denken dat een gezondere leefstijl voor studenten (en medewerkers) een doelstelling van het Sportbureau is, terwijl het programma voortkomt uit een directiebesluit. Bij de onderzochte mbo-instellingen is het belang van gezondheid, bewegen en sport, net als bij ROC A12, niet beschreven in de organisatievisie, -missie of -doelstellingen. Op basis van de onderzoeksresultaten kunnen we concluderen dat de communicatie anders aangepakt moet worden.

Conclusies

De studenten moeten bij aanvang van het studiejaar intensiever en beter geïnformeerd worden over het sportprogramma. Tijdens fysieke contactmomenten, bij voorkeur klassikaal, kan ook de dialoog worden aangegaan met deze studenten. Daarnaast is het aanstellen van een sectorverantwoordelijke een prima verbeterpunt voor het Sportbureau van ROC A12, omdat de communicatielijnen hierdoor korter worden. Het betrekken van alle docenten bij het thema 'gezondheid, bewegen en sport' voor het vergroten van de betrokkenheid en het creëren van intern draagvlak door het project 'Enjoy' van ROC Zeeland is een succesvol initiatief gebleken. ROC A12 kan dit succes vergroten door een vergelijkbaar project breder te trekken en voor alle medewerkers te organiseren. Aangezien de gemiddelde leeftijd bij ROC A12 49 jaar is en 72% van de medewerkers boven de 45 jaar is, is het belangrijk om de medewerkers bewust te maken van een gezonde leefstijl om ziekteverzuim te voorkomen en te verlagen.

Advies

ROC A12 moet ervoor zorgen dat gezondheid, bewegen en sport 'top of mind' wordt binnen de gehele organisatie. ROC A12 moet een voorloper worden in de regio als zijnde een 'sportactieve en gezonde' school. ROC A12 moet eigenaar worden van het thema 'gezondheid, bewegen en sport' door de breed gedragen visie over sport en gezondheid vast te leggen in het strategisch beleidsplan.

Het Sportbureau moet gepositioneerd worden als 'aanjager' van het thema, waarbij het Sportbureau een zichtbare plek moet innemen in de organisatie voor medewerkers en studenten. Om het Sportbureau 'dichter' bij de interne doelgroepen te brengen, moet de front office van het Sportbureau gesitueerd zijn op een plek die zichtbaar en toegankelijk is voor deze doelgroepen. Een gezondere leefstijl voor studenten en medewerkers moet een gemeenschappelijk gedragen doelstelling van de organisatie zijn. Hiervoor moet draagvlak gecreëerd worden bij de interne organisatie door het betrekken van de medewerkers en het management bij de organisatie-doelstelling om een 'sportactieve en gezonde' school te worden. Het Sportbureau moet met ingang van het studiejaar 2012-2013 inzetten op interactievisie met de doelgroepen, door het persoonlijk contact te intensiveren en vaker de dialoog aan te gaan met deze doelgroepen.

Aanbevelingen

Om ervoor te zorgen dat sport 'top of mind' wordt bij de studenten, moet worden voldaan aan de vraag hoe het Sportbureau effectief door kan dringen in het brein van deze doelgroep. Dit is mogelijk door het creëren van een ontmoetingsplek in de vorm van een sportcafé. Studenten worden door (sport)beelden geconfronteerd met sport. Om een actieve invulling te geven aan verveling in tussenuren en lunchpauzes moeten sportpleinen ingericht worden. Op de sportpleinen moeten studenten zonder enige verplichting zelf een 'balletje kunnen trappen', terwijl dit bijdraagt aan de motivatie van andere studenten; immers, 'zien sporten, doet sporten'. Om de studenten te bereiken moet gebruik gemaakt worden van eigen studenten. Studenten van de opleiding Beeld & Geluid kunnen in opdracht van het Sportbureau een korte videofilm maken over het programma Sport4You, waarin studenten de hoofdrol spelen. Om de betrokkenheid van de docenten te vergroten moet de medewerkersdag verbonden worden aan de organisatiedoelstelling om een 'gezonde en sportactieve' school te worden.

Inhoudsopgave

1 Inleiding	5
1.1 Adviesvraag	5
1.1.1 Deelvragen	5
1.2 Doelstelling onderzoek	5
1.2.1 Onderzoeksvragen	5
1.2.2 Onderzoeksopzet	5
2 Interne analyse	8
2.1 Organisatiestructuur	8
2.2 Visie, missie en doelstellingen	8
2.2.1 Visie, missie en doelstellingen ROC A12	8
2.2.2 Visie Sportbureau	9
2.2.3 Missie Sportbureau	9
2.3 Hoofddoelstelling Sportbureau	9
2.3.1 Doelstellingen	9
2.3.2 Nevendoelstellingen	10
2.4 Uitvoering Sportbureau	10
2.4.1 Inzet stagiaires mbo en hbo	10
2.4.2 Intern projectenbureau	11
2.4.3 Inzet team Sport & Bewegen	11
2.4.4 Externe aanbieders	11
2.5 Werkwijze Sportbureau	11
2.5.1 Sport4You	11
2.5.2 Sport Events	12
2.6 Beleidsthema's	12
3 Omgevingsanalyse	15
3.1 Samenwerkingspartners intern	15
3.1.1 Onderwijsteams	15
3.1.2 Afdeling Marketing & Communicatie	15
3.1.3 Projectteam 'Aanval op de Uitval'	16
3.2 Samenwerkingspartners extern	16

3.2.1	Externe aanbieders van sportclinics	16
3.2.2	MBO Raad	16
3.2.3	Platform Bewegen en Sport	17
4	Benchmark.....	19
4.1	Leren van elkaar	19
4.2	Landelijke trends en ontwikkelingen	21
4.3	Conclusie benchmark.....	22
5	Doelgroepanalyse.....	24
5.1	Doelstelling onderzoek.....	24
5.2	Resultaten onderzoek	24
6	Conclusies.....	29
7	Advies en aanbevelingen.....	31
7.1	Advies.....	31
7.2	Aanbevelingen	32
8	Communicatieplan	35
8.1	Inleiding	35
8.2	Communicatiedoelgroep.....	35
8.3	Communicatiedoelstelling.....	35
8.4	Communicatiestrategie.....	37
8.5	Communicatieboodschap en motto	37
8.6	Middelen	37
8.7	Doelgroepen-middelenmatrix.....	38
8.8	Communicatieplanning.....	39
8.9	Budget	40
8.10	Evaluatieonderzoek / effectmeting.....	42
	Literatuurlijst.....	43
	Begrippenlijst	44
	Bijlagen	45

HOOFDSTUK 1

Inleiding

1 Inleiding

Het Sportbureau van ROC A12 is bij aanvang van het studiejaar 2011-2012 gestart met het sportprogramma Sport4You. Een verplicht programma over gezondheid, bewegen en sport voor eerstejaars voltijdstudenten op de locatie Ede. Vanaf de start van het programma heeft het Sportbureau veel en frequent informatie over dit programma gezonden naar zowel de studenten als naar de betrokken docenten en studieloopbaanbegeleiders. Gedurende het studiejaar is gebleken dat deze informatie de doelgroep niet of onvoldoende bereikt. Het doel van dit adviesrapport is om met adviezen en aanbevelingen te komen die zorgen voor het realiseren van de adviesvraag die door het Sportbureau is geformuleerd.

1.1 Adviesvraag

‘Hoe moet Sportbureau ROC A12 voor 1 november 2012 75% van de eerstejaars voltijdstudenten bereiken en overhalen tot deelname aan sportactiviteiten?’

1.1.1 Deelvragen

1. Hoe moet Sportbureau zich positioneren bij de doelgroep(en)?
2. Hoe kan sport ‘top of mind’ worden?
3. Op welke wijze moet het Sportbureau de doelgroep(en) informeren over de meerwaarde van sport in het onderwijs?
4. Hoe overtuigt het Sportbureau de doelgroep van het belang van bewegen en sport?

1.2 Doelstelling onderzoek

Doel van dit onderzoek is het in kaart brengen van de doelgroep(en), waar zij hun informatie vandaan halen en hoe zij over te halen zijn tot deelname aan sportactiviteiten.

1.2.1 Onderzoeksvragen

1. Hoeveel eerstejaars studenten kent ROC A12 per locatie?
2. Hoeveel % van de doelgroep maakt gebruik van social media? Van welke social media?
3. Welke communicatiekanalen zijn er binnen ROC A12?
4. Welke communicatiekanalen gebruikt de doelgroep bij het zoeken naar of verkrijgen van informatie over schoolactiviteiten?
5. Welke afdelingen binnen ROC A12 hebben hetzelfde doel als het Sportbureau: ‘het bereiken van de studenten over school-/studieactiviteiten’?
6. Wat is de toegevoegde waarde van sport voor de doelgroep(en)?
7. Wie hebben invloed op de doelgroep?
8. Wanneer gaat de doelgroep deelnemen aan sport? (intrinsieke motivatie?)
9. Wat zijn landelijke trends en ontwikkelingen en hoe gaan andere mbo-instellingen hiermee om?

1.2.2 Onderzoeksopzet

Keuze van de onderzoeksmethode en samenstelling van de onderzoeksgroep(en)

Er is fieldsresearch uitgevoerd op doelgroep-, organisatie-, en communicatiemiddelenniveau, waarbij informatie is verkregen die antwoord geeft op een aantal van de geformuleerde onderzoeksvragen. Deze informatie komt uit diverse interne documenten. Ook is er onderzoek gedaan naar de interne en externe omgeving van het Sportbureau, waarbij mogelijke samenwerkingsverbanden die moeten bijdragen aan het realiseren van de doelstellingen zijn onderzocht.

Voor de uitvoering van het onderzoek is gekozen voor zowel kwalitatieve als kwantitatieve methodes¹ om data te verzamelen.

Kwantitatief onderzoek

Voor het kwantitatieve onderzoeksgedeelte zijn data verzameld door het afnemen van een digitale enquête onder de doelgroepen. De enquêtes zijn digitaal opgesteld en ingevuld door de respondenten. Er is voor deze methode gekozen omdat via deze methode zoveel mogelijk respons verkregen kan worden. De doelgroepen die zijn onderzocht zijn:

- Primaire doelgroep: eerstejaars studenten van de voltijdopleidingen op de locatie Ede, die hebben deelgenomen aan het programma Sport4You
- Secundaire doelgroep: medewerkers (docenten, studieloopbaanbegeleiders) die betrokken zijn bij de uitvoering van het programma Sport4You

Kwalitatief onderzoek

Uit de respondenten van de primaire doelgroep (studenten) is een focusgroep gevormd. Met deze focusgroep hebben 3 bijeenkomsten plaatsgevonden op 24 april, 15 mei en 22 mei. Reden om ook een kwalitatief onderzoek uit te voeren is dat hierbij dieper en uitgebreider kan worden ingegaan op de onderzoeksvragen.

Er is een benchmark uitgevoerd bij 3 vergelijkbare mbo-instellingen in 3 andere regio's. Hiervoor zijn gesprekken gevoerd met medewerkers die betrokken zijn bij de uitvoering van het 'masterplan bewegen en sport in het mbo' binnen hun organisaties.

Analyse

Uitkomsten uit bovenstaand onderzoek zijn geanalyseerd en beschreven in een interne analyse, doelgroepanalyse, omgevingsanalyse en benchmark.

¹ Meier, U., M. Mandemakers (2007). *Kwalitatief Marktonderzoek*. 2^e dr. Groningen/Houten: Noordhoff Uitgevers bv

HOOFDSTUK 2

Interne analyse

2 Interne analyse

2.1 Organisatiestructuur

Het Sportbureau ROC A12 is een onderdeel binnen de onderwijsinstelling van ROC A12. ROC A12 is een regionale onderwijsinstelling voor middelbaar beroepsonderwijs met locaties in Ede, Velp en Veenendaal. ROC A12 biedt ca. 120 mbo-opleidingen aan. Ruim 6500 studenten volgen een mbo-opleiding, op verschillende niveaus, zowel in voltijd als deeltijd. De leeftijdscategorie van deze studenten ligt tussen de 16 en 23 jaar. ROC A12 heeft ca. 640 medewerkers, verspreidt over de diverse locaties.

Het Sportbureau is een klein vitaal organisatieonderdeel dat sportprojecten en -activiteiten in de breedste zin initieert, stimuleert, programmeert en begeleid ten behoeve van interne en externe groepen. Het hoofd van het Sportbureau (de sportcoördinator) functioneert als een spin in het web tussen enerzijds de uitvoering en vraag binnen de eigen instelling en vormt anderzijds de verbindende schakel met diverse aanbieders en stakeholders op het gebied van sport buiten de instelling. Het Sportbureau kent geen eigen opleidingsactiviteiten en staat zodoende geheel ten dienste van de aanwezige afdelingen / sectoren / teams binnen de instelling en de relevante externe partners.

Daarnaast richt het Sportbureau zich op vraagstukken als:

- aansluiting van bewegen en sport binnen de missie, de visie en het beleid van de mbo-instelling;
- samenwerking van de mbo-instelling met andere lokale partners;
- de noodzakelijke financiering van het bewegen- en sportprogramma.

2.2 Visie, missie en doelstellingen

2.2.1 Visie, missie en doelstellingen ROC A12

De organisatie ROC A12 heeft geen visie, missie en doelstellingen beschreven die betrekking hebben op gezondheid, vitaliteit of bewegen. Dit is een zorgwekkende constatering omdat de visie en missie van het Sportbureau afgeleid dient te zijn van de organisatievisie, -missie en -doelstellingen. ROC A12 is lid van het Platform Bewegen & Sport en heeft zich hiermee gecommitteerd aan de realisatie van het Masterplan Bewegen en Sport in het mbo.

De doelstelling van het Masterplan is als volgt geformuleerd:

In drie jaar tijd sport, bewegen en vitaliteit binnen het mbo een structurele plek geven binnen het onderwijsprogramma. Het streven is dat 5% van de minimale contacttijd per leerjaar (850 uur), die de studenten binnenschools aanwezig zijn, dus met uitzondering van beroeps-praktijkvorming, bestaat uit sportactieve uren.

ROC A12 heeft vier merkwaarden geformuleerd:

1. **Vakbekwaam:** capabel, kritisch, succes.
2. **Betrokken:** betrouwbaar, eerlijk, geïnteresseerd in anderen, trots.
3. **Onafhankelijk:** moed, ambitie, zelfverzekerd, kritische voorloper.
4. **Doelgericht:** dynamisch, ondernemend, klantgericht, assertief.

2.2.2 Visie Sportbureau

Het Sportbureau heeft een eigen visie beschreven die afgeleid is van het Masterplan Bewegen & Sport in het mbo.

De visie luidt²

Door te bewegen en sporten leren jongeren wat een actieve leefstijl is. Het is belangrijk voor hun mentale, sociale en fysieke ontwikkeling. Het bevordert schoolprestaties en draagt bij aan het verminderen van schoolverzuim en schooluitval. Jongeren haken af bij sportverenigingen, drinken veel en bewegen nauwelijks. Daarom is het van belang om bewegen voor alle jongeren te verankeren in de doelstelling van vitaal burgerschap.

2.2.3 Missie Sportbureau

De missie³ van het Sportbureau is als volgt beschreven:

“Het leveren van een expliciete bijdrage aan een sportactieve en gezonde leefstijl van student en medewerker.”

Naar mijn mening is de missie niet duidelijk genoeg geformuleerd. Het woord expliciet betekent uitdrukkelijk, specifiek. Maar wat die specifieke bijdrage dan is, is in de missie niet duidelijk. Mijn advies is om de missie als volgt te formuleren:

“Het leveren van een concrete bijdrage aan een sportactieve en gezonde leefstijl van studenten en medewerkers, door het organiseren van sportactiviteiten voor medewerkers en studenten, zoals loopevenementen, sporttoernooien, bedrijfssport, leefstijlprogramma, sportclinics, sportdagen en de Gezonde Week.”

2.3 Hoofddoelstelling Sportbureau

Het realiseren van een domeinoverstijgend sportaanbod voor studenten van alle voltijdopleidingen met het bereiken van de 5% definitie in 2014.

2.3.1 Doelstellingen

1. het organiseren en coördineren van het SportKeuzeProgramma dat wordt ingezet ter uitvoering van sport binnen de basisonderwijsprogrammering van ROC A12;
2. het organiseren en uitvoeren van activiteiten en evenementen voor een zo breed mogelijke doelgroep op het gebied van sport en recreatie, waarbij (sport)stimulering en activering de uitgangspunten dienen te zijn;
3. een groeiend aantal studenten S&B de mogelijkheid bieden voor het maken van projecturen en het afnemen van een Proeve van Bekwaamheid, binnen een open en stimulerende leeromgeving (werkplekleren);

² Notitie Sportbureau 2011-2012 ‘ROC A12 op weg naar een sportactieve school’, april 2011

³ Notitie Sportbureau 2011-2012 ‘ROC A12 op weg naar een sportactieve school’, april 2011

4. S&B studenten laten kennismaken met het maatschappelijke belang van sport en recreatie. Dit gebeurt door in te zetten op maatschappelijke trajecten waarbij sport als middel wordt ingezet, bijvoorbeeld fitness of sport voor allochtone vrouwen;
5. het Sportbureau ziet vrije tijd als een middel om maatschappelijke doelen te bereiken. Sport en recreatie bieden ontspanning, zijn leuk om te doen, bestrijden het overgewicht, voorkomen criminaliteit, verbeteren de leefbaarheid, verstrekken normen, waarden en integratie*;
6. het leveren en handhaven van kwalitatief goede dienstverlening;
7. studenten leren niet alleen van de praktijk, maar ook van elkaar. Studenten dienen elkaar te sturen, coachen en evalueren. De docent(en) van S&B hebben hierin een sturende, coachende rol, door middel van teamvergaderingen met de studenten, intervisiemomenten en coachingsgesprekken.

** De vijfde doelstelling is meer een stelling / mening van het Sportbureau. Het is niet duidelijk welke doelstelling hier achter ligt.*

2.3.2 Nevendoelstellingen

- Vormgeven van trajecten waarbij bewegen en sport worden ingezet om voortijdig schoolverlaten te voorkomen;
- het gebruiken van de handleiding 'Gezonde school' bij het implementeren van het ROC Beleid om te komen tot de status 'Gezonde school';
- het implementeren van het instrument Testjeleefstijl.nu. Het gebruik van deze leefstijltest als onderdeel van het lesaanbod rond vitaal burgerschap voor de student;
- het terugkrijgen van structurele aandacht voor gezondheid, bewegen, sport en vitaliteit, via vitaal burgerschap en werknemerschap (kerntaak 7, Vitaal Burgerschap);
- het opzetten en implementeren van schoolsportverenigingen in samenwerking met de lokale verenigingen, regio's en bonden;
- het stimuleren van een topsportvriendelijk klimaat voor topsporttalenten die een opleiding volgen bij ROC A12, met als doel een ideale combinatie van studie en sport (wedstrijden, trainingschema's) met als resultaat het behalen van een mbo-diploma.

2.4 Uitvoering Sportbureau

De projectmedewerker van het Sportbureau is verantwoordelijk voor de uitvoering van het activiteitenprogramma van het Sportbureau. In samenwerking met de sportcoördinator ontwikkelt de projectmedewerker plannen en programma's ter bevordering van de deelname van studenten en medewerkers aan activiteiten op gebied van gezondheid, vitaliteit en sport. De algehele aansturing van het Sportbureau verloopt via de afdelingsmanager Veiligheid & Sport, het domein waarbinnen het Sportbureau is ondergebracht. Voor de uitvoering van diverse projecten en evenementen binnen de programmalijnen maakt het Sportbureau onder meer gebruik van stagiaires en sportdocenten.

2.4.1 Inzet stagiaires mbo en hbo

Het Sportbureau heeft elk jaar de beschikking over 3 derdejaars mbo-studenten niveau 4 met uitstroomprofiel sportmanagement. Deze studenten doorlopen hun stage bij het Sportbureau en zijn inzetbaar voor de organisatie van interne evenementen, activiteiten of projecten met betrekking tot de opleiding Sport & Bewegen. Elk half jaar worden 2 studenten van de hbo-opleiding Sport, Gezondheid en Management ingezet voor onderzoeksvragen. Zij zijn ook algemeen inzetbaar voor het Sportbureau. Gezamenlijk vormen de studenten een studentenprojectteam en vallen onder de projectmedewerker Sportbureau die de eerstelijns begeleiding op zich neemt.

2.4.2 Intern projectenbureau

Voor de uitvoering van externe evenementen en projecten wordt gebruik gemaakt van studenten van de opleiding Sport & Bewegen (mbo). Dit gaat op basis van vrijwilligheid, waarbij de student zelf kan intekenen voor projecten bij het interne projectenbureau. Twee mbo-stagiaires binnen het Sportbureau dragen samen zorg voor het beheer van het interne projectenbureau, bewaken de voortgang van de gerealiseerde projecturen per student en zijn het aanspreekpunt voor de externe klanten waar de projecten worden uitgevoerd.

2.4.3 Inzet team Sport & Bewegen

De docenten van de opleiding Sport & Bewegen hebben een belangrijke rol in de uitvoering van het SportKeuzeProgramma (SKP) binnen de programmalijn Sport4You. De sportdocenten verzorgen zelf sportlessen en begeleiden 3e en 4e jaars studenten Sport & Bewegen die ook sportlessen verzorgen binnen het SportKeuzeProgramma.

2.4.4 Externe aanbieders

Voor het geven van sportlessen die intern niet uitgevoerd kunnen worden, wordt gebruik gemaakt van externe aanbieders. Dit zijn sportcentrum Physical (budo, dans, fitness), Survival Team Ede (Survival clinics), Tesqua Ede (tennis en squash), UC Sports Nederland (American Football) en Seraja Schreuder (Sociale weerbaarheidstraining).

2.5 Werkwijze Sportbureau

Het Sportbureau werkt met 4 programmalijnen, waarbinnen diverse activiteiten en projecten zijn geclusterd. Deze programmalijnen zijn:

- Sport4You
- Sport@Work
- Sport Talenten Traject
- Sport Events

De programmalijnen waarbij de frequentie en intensiteit van de communicatie met de doelgroep(en) het hoogst is, zijn Sport4You en Sport Events. Deze programmalijnen worden hieronder beschreven. Een uitgebreide beschrijving van alle programmalijnen is te lezen in bijlage 2: 'Werkwijze Sportbureau ROC A12'.

2.5.1 Sport4You

Binnen de programmalijn Sport4You vindt de ontwikkeling en organisatie plaats van activiteiten op het gebied van sport, gezondheid en bewegen voor eerstejaars studenten van de voltijdopleidingen. Deelname aan de activiteiten binnen dit programma is verplicht voor de eerstejaars voltijdstudenten en is daarom opgenomen in het OnderwijsExamenReglement (OER). Per activiteit moeten studiepunten behaald worden om het programma te kunnen afronden en telt mee voor het behalen van het mbo-diploma.

Activiteiten die binnen Sport4You georganiseerd worden zijn:

- Fittest
(organisatie en uitvoering door Sportbureau in samenwerking met de opleiding S&B)
- SportKeuzeProgramma
(organisatie sportclinics door het Sportbureau; uitvoering door sportdocenten, stagiaires sportopleiding en externe aanbieders)
- Leefstijltest
(introductie door het Sportbureau; uitvoering tijdens les Leren & Burgerschap)
- Schrijven van een verbeter-/ontwikkelplan
(introductie door het Sportbureau; uitvoering tijdens lessen Leren & Burgerschap)

2.5.2 Sport Events

Het Sportbureau organiseert jaarlijks terugkerende evenementen op het gebied van sport en gezondheid. Hieronder vallen de volgende activiteiten:

- opleidingsgebonden sportles binnen de opleiding
- sportdagen en sporttoernooien
- Gezonde Week in combinatie met de Nationale Sport Week
- voorbereiding en deelname aan Nederlandse Kampioenschappen MBO's

2.6 Beleidsthema's

Er zijn 10 beleidsthema's ⁴geformuleerd die volgen uit het Masterplan Bewegen & Sport MBO⁵. De belangrijkste thema's in de interne communicatie met de doelgroepen worden hieronder beschreven. Een overzicht van alle beleidsthema's is te vinden in bijlage 3: 'Beleidsthema's uit het Masterplan Bewegen en Sport in het MBO'.

Thema 2: Interne Communicatie (naar studenten en organisatie)

Doelstelling van dit thema is het realiseren van 90% naamsbekendheid van het Sportbureau en het sportaanbod bij studenten en medewerkers. Het vergroten van de naamsbekendheid en bekendheid van het sportaanbod moet leiden tot een toename van 10% participatie aan ROC A12 sportactiviteiten door studenten en medewerkers ten opzichte van de huidige situatie.

Volgens de notitie van het Sportbureau 2011-2012 'ROC A12 op weg naar een sportactieve school' (april 2011) geldt er een breed gedragen visie op sport door de directie en het College van Bestuur. Zij hebben vastgesteld dat sport en gezondheid een speerpunt wordt binnen ROC A12 en dat ROC A12 het voortouw neemt om partners in de regio te binden als het gaat om samenwerking op het gebied van sport, voeding en gezondheid en gezamenlijke benutting van elkaars onderwijs en sportfaciliteiten. Deze visie is echter nergens terug te vinden in (jaar)verslagen of andere beleidsdocumenten en daarmee onbekend voor de interne organisatie.

Thema 5: Voortijdig schoolverlaten

Doelstelling van dit thema is het realiseren van participatie van meer studenten aan sportieve activiteiten van school en zich daardoor meer verbonden voelen met ROC A12 en de opleiding. Deze doelstelling moet leiden tot een hogere waardering van de sfeer bij de opleiding en ROC A12 (jaarlijkse meting via JOB monitor).

⁴ Kuijper, S. (2011). *Notitie Sportbureau 2011-2012, 'ROC A12 op weg naar een sportactieve school'*

⁵ Faber, J. (2010). *Masterplan Bewegen en Sport in het MBO, 'van sprint naar duurloop*. Woerden: MBO Raad

Dit thema moet bijdragen aan het behalen van de organisatiedoelstelling voor 2012: het verlagen van schooluitval tot een maximum van 12%.

Thema 7: Schoolsport

Voor dit thema zijn 3 doelstellingen geformuleerd. Effectieve interne communicatie met de doelgroepen moet bijdragen aan het realiseren van deze doelstellingen:

- In 2012 heeft er een uitbreiding van interne sporttoernooien plaatsgevonden van 2 naar 4.
- In 2012 is de bekendheid van en deelname aan Nederlandse Kampioenschappen MBO's vergroot. Dit moet leiden tot deelname aan minimaal 6 toernooien.

Bovengenoemde thema's hebben alle drie doelstellingen geformuleerd op het gebied van interne communicatie. Deze doelstellingen zijn meegenomen in het strategisch communicatieplan dat onderdeel uitmaakt van dit adviesrapport. Het opvolgen van de adviezen en aanbevelingen in dit rapport resulteert in het behalen van deze doelstellingen.

HOOFDSTUK 3

Omgevings- analyse

3 Omgevingsanalyse

Het omgevingsonderzoek heeft als doel het in kaart brengen van mogelijke samenwerkingspartners, zowel intern als extern. Vragen die ten grondslag liggen aan dit onderzoek zijn:

1. **Welke afdelingen binnen ROC A12 hebben hetzelfde doel als het Sportbureau: 'het bereiken van de studenten over school-/studieactiviteiten'?**
2. **Wie hebben invloed op de doelgroep?**

3.1 Samenwerkingspartners intern

3.1.1 Onderwijsteams

Binnen de onderwijsteams liggen er voor het Sportbureau kansen in samenwerking en afstemming met studieloopbaanbegeleiders en docenten Leren & Burgerschap (L&B). De studieloopbaanbegeleiders (SLB'ers) zijn verantwoordelijk voor de studievoortgang van de studenten binnen hun opleiding. Zij kennen de studenten, voeren regelmatig een dialoog met de studenten en zijn in staat om studenten te motiveren. Het sportprogramma Sport4You wordt uitgevoerd onder dimensie 4 van L&B, 'vitaal burgerschap'. Twee onderdelen van het programma, de leefstijltest en het verbeterplan dat hieruit voortvloeit, wordt tijdens de lessen L&B gemaakt. De thema's uit de leefstijltest en de lessen L&B hebben veel raakvlakken, waardoor het voor de docenten goed toepasbaar is in de lessen.

Door de rol en het frequente contact dat zowel de SLB'er als de L&B docent met de studenten heeft, hebben zij ook grote invloed op de studenten. Daarnaast hebben de SLB'er als de L&B docent een gezamenlijk doel met het Sportbureau: 'het bereiken van de studenten over school-/ studie-activiteiten'. Door intensievere samenwerking en het betrekken van het Sportbureau bij de lesinhoud, kan de student beter bereikt worden. Tijdens de lessen kan het Sportbureau uitleg geven over onderdelen van het sportprogramma en direct vragen beantwoorden van de studenten. Bij frequenter contact kan het Sportbureau ook de dialoog aangaan met (een groep) studenten wat moet leiden tot effectieve verbeterpunten.

3.1.2 Afdeling Marketing & Communicatie

Bij de afdeling Marketing & Communicatie is de focus voor het grootste deel extern gericht, waarbij de werving van toekomstige studenten het belangrijkste doel is.

De interne communicatie vanuit de afdeling Marketing & Communicatie naar studenten en medewerkers gebeurt vanuit een actie-visie, waarbij het accent ligt op interne communicatie als (management)instrument. Het stelt het overbrengen van boodschappen centraal. De communicatie verloopt met name via twee kanalen: Connect (intranet) en de schoolmonitoren. Het Sportbureau maakt ook van deze kanalen gebruik voor het bereiken van de (interne) doelgroepen. De afdeling M&C beheert de algemene social media pagina's van ROC A12, te weten: Facebook, Twitter, Hyves en Yammer. Ook hierbij wordt hoofdzakelijk informatie gezonden vanuit de actie-visie en vindt er nauwelijks interactie plaats.

Het Sportbureau en de afdeling Marketing & Communicatie hebben een gezamenlijk doel ten aanzien van interne communicatie: het bereiken van studenten en medewerkers. Een samenwerking tussen M&C en het Sportbureau kan bijdragen aan het realiseren van het gezamenlijke doel, maar

alleen als dit gebeurt op basis van interactie-visie, waarbij de dialoog met de interne doelgroepen centraal wordt gesteld. Hiervoor moeten die communicatiekanalen en –middelen ingezet worden die het meest effectief zijn. Welke kanalen en middelen dit zijn moet blijken uit het doelgroeponderzoek. Regelmatig overleg en evaluatiemomenten tussen het Sportbureau en de afdeling M&C is noodzakelijk om op de hoogte te blijven van de laatste interne ontwikkelingen en zodat tijdig kan worden bijgestuurd.

3.1.3 Projectteam ‘Aanval op de Uitval’

In het kader van ‘Aanval op de Uitval’ is een van de speerpunten het terugdringen van voortijdig schoolverlaten. Het projectteam heeft aangegeven dat het graag wil samenwerken met verschillende teams binnen de organisatie, waaronder het Sportbureau. Een gevarieerd sport- en beweegaanbod kan worden ingezet om schooluitval aan te pakken. Een student die fit en vitaal is, zit beter in zijn vel, kan zich beter concentreren op zijn studie, wat bijdraagt aan betere leerprestaties. Daarnaast moet sport bijdragen aan de binding die leerlingen hebben met de school, in afwisseling met de cognitieve leervakken. Om de effecten te kunnen meten is het aan te raden om een jaar na de nulmeting een 1-meting te verrichten.

In Regio de Vallei is er tevens een samenwerking gestart tussen ROC A12, Het Groenhorst College, Het Streek, Pallas Athene College, Het Rembrandt College, en Christelijke Scholen gemeenschap Veenendaal. Het projectteam van ROC A12 bestaat uit 3 projectmedewerkers en een projectleider.

3.2 Samenwerkingspartners extern

3.2.1 Externe aanbieders van sportclinics

Het Sportbureau maakt gebruik van externe aanbieders voor de sportclinics. De aanbieders waar kansen liggen bij een goede samenwerking zijn: Sportcentrum Physical, Tesqua en Zwembad de Peppel. Het doel van de aanbieders moet zijn: het werven van nieuwe leden onder de doelgroep(en) van het Sportbureau. Als een student de aangeboden sport erg leuk vindt, zal hij dit mogelijk willen voortzetten in zijn privétijd en lid worden van de sportclub. Doel van het Sportbureau is dat zoveel mogelijk studenten plezier hebben aan het beoefenen van sport en gemotiveerd raken om dit te blijven doen.

3.2.2 MBO Raad⁶ en MBO Diensten⁷

De laatste landelijke trends en ontwikkelingen zijn te vinden op de website van de brancheorganisatie de MBO Raad. Dit staat uitgebreider beschreven in de benchmark op pagina 19 van dit rapport.

MBO Diensten voert projecten uit in opdracht van onder andere de MBO Raad, het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap en mbo-scholen. De projecten zijn divers en beslaan alle facetten die te maken hebben met onderwijs. MBO Diensten werkt met professionals die gedetacheerd zijn vanuit het onderwijs en daardoor over veel kennis en ervaring beschikken.

⁶ www.mboraad.nl

⁷ www.mbodiensten.nl

3.2.3 Platform Bewegen en Sport⁸

Het platform Bewegen en Sport maakt sinds de zomer van 2010 onderdeel uit van MBO Diensten. Het platform heeft een overkoepelende en beleidsvoorbereidende rol. In dit platform zijn de sportcoördinatoren en managers bewegen en sport van de scholen vertegenwoordigd. Zij komen vier keer per jaar bij elkaar. Dit onder aansturing van de beleidsadviseur van de MBO Raad. De sportcoördinatoren en docenten overleggen op uitvoeringsniveau met elkaar en delen kennis. Naast de reguliere bijeenkomsten worden themageleide bijeenkomsten en conferenties georganiseerd. Dit onder aansturing van de themaleiders en projectleider.

Participatie aan het platform, waarbij kennis gedeeld en ervaringen uitgewisseld worden met andere Sportbureaus van mbo-instellingen, moet bijdragen aan de juiste stappen voor een goede borging van sport, bewegen en vitaliteit binnen ROC A12 en het creëren van draagvlak onder medewerkers. Dit met het uiteindelijke doel een structurele plek voor sport, bewegen en gezondheid in het onderwijsprogramma te bewerkstelligen.

⁸ www.platformbewegenensport.nl

HOOFDSTUK 4

Benchmark

4 Benchmark

Om tot bruikbare adviezen en aanbevelingen te komen is een benchmark uitgevoerd. Benchmarks⁹ is een methode om functies, activiteiten of processen te vergelijken met andere (vergelijkbare) organisaties. Deze vergelijking zet de sterke en zwakke kanten van de eigen organisatie in perspectief, biedt een aangrijpingspunt om de eigen prestaties te verbeteren door te leren van andere organisaties en vormt een basis om het gesprek binnen de eigen organisatie en tussen organisaties aan te gaan en/of voort te zetten.

Bij deze benchmark is de situatie van ROC A12 vergeleken met die van andere mbo-instellingen die het sportprogramma al langer uitvoeren binnen hun organisatie en hoe zij hiermee omgaan. Hiervoor is bewust gekozen voor 3 vergelijkbare organisaties uit 3 verschillende regio's. De benchmark heeft ook als doel een antwoord te krijgen op de vraag: ***'wat zijn de landelijke trends en ontwikkelingen en hoe gaan andere mbo-instellingen hiermee om?'***

4.1 Leren van elkaar

ROC Zeeland¹⁰

Astrid Geeratz - van Breukelen, Projectleider Sport & Bewegen

Het College van Bestuur van ROC Zeeland is sport minded. Dit is de reden waarom sport bij ROC Zeeland altijd deel uitgemaakt heeft van het reguliere lesprogramma. Hierdoor is er bij de docenten geen weerstand en wordt sport niet ter discussie gesteld. Op dit moment bevindt ROC Zeeland zich in een fusie en worden alle vakken tegen het licht gehouden. Voor sport is er een minimumnorm vastgesteld, zodat sport niet geschrapt kan worden uit het regulier lesprogramma. Gevolg is dat een aantal opleidingen precies op de minimumnorm gaan zitten, maar het grootste deel van de opleidingen zet meer sporturen op het rooster dan vereist.

Alle communicatie richting studenten loopt via de vaste sportdocent. ROC Zeeland heeft gekozen voor klassikale lessen in plaats van clinics, omdat studenten op deze manier eenvoudiger aangesproken kunnen worden op gedrag, hun studievoortgang met betrekking tot het sportprogramma makkelijker te volgen is en dat absentie van een student sneller opvalt. De absentie wordt ook geregistreerd door de betreffende sportdocent.

ROC Zeeland probeert door middel van Testjeleefstijl combinaties te maken met andere vakken, zodat gezondheid op meerdere vlakken besproken wordt. Ook hier zien we veel verschillen in de inhoud tussen de diverse opleidingen. Sommige opleidingen praten met studenten alleen over studiepunten en de opleiding, andere opleidingen zijn gewend om bijna alles bespreekbaar te maken.

Een groot winstpunt voor ROC Zeeland afgelopen jaar was een actief project dat ze gestart hebben met de medewerkers. Dit project heet 'Enjoy'. Het project ging van start met een kick off met workshops, daarna een health check en vervolgens activiteiten zoals: vetarm/cholesterolarm koken, start to run, spreekuur voedingsdeskundige, spreekuur coaching, lasertherapie stoppen met roken

⁹ <http://nl.wikipedia.org/wiki/Benchmark>

¹⁰ Interview met Astrid Geeratz, ROC Zeeland

enz. Hierdoor waren alle docenten actief bezig met hun gezondheid, waardoor zij bewuster werden van het belang van een gezonde leefstijl.

In plaats van het verbieden van vette snacks, levert ROC Zeeland wekelijks 2500 stuks fruit af in de docentenkamers. Met het aanbieden van een gezonde snack probeert ROC Zeeland haar medewerkers intrinsiek te motiveren. De medewerkers waarderen dit gebaar en maken hier dankbaar en veelvuldig gebruik van. Tijdens de 'Enjoy' momenten werden flyers en goodybags uitgedeeld. Onder het mom van: iedereen is dol op het krijgen van gratis dingen waren de goodybags gevuld met een lekker luchtje, een gezonde reep, een gel, tegoedbonnen, een hardloophesje, etc. ROC Zeeland heeft ervoor gekozen om het project 'Enjoy' te noemen in plaats van bedrijfssport, omdat het woord 'sport' voor veel medewerkers een negatieve werking heeft en zij al snel afhaken. Het verstrekken van leuke extra's zoals de goodybag zorgt voor een positieve houding bij de medewerkers ten aanzien van een gezonde leefstijl. Ze 'moeten' niet alleen maar dingen, maar ze krijgen er ook wat voor terug. Bij de medewerkers hielp het ook dat het project geen bedrijfssport heette maar 'Enjoy', want als er het woord sport in voorkomt, haakt de helft al af. Dat is met leerlingen ook vaak het geval.

ROC Nijmegen¹¹

Frans van der Wielen, Projectleider Sport op Maat en Testjeleefstijl.nu

Bij ROC Nijmegen verloopt de communicatie naar studenten over het sportprogramma via de sportcoördinatoren en de sportdocenten. Het SportKeuzeProgramma bestaat uit sportclinics, waar studenten zelf een keuze uit kunnen maken. Sport wordt dus niet klassikaal aangeboden. De sportlessen worden voornamelijk gegeven door eigen sportdocenten. Het voordeel hiervan is dat deze docenten de studenten kennen, waardoor de studenten makkelijker aangesproken kunnen worden op hun gedrag, absentie, inzet, etc. De aanwezigheidsregistratie wordt door de sportdocenten zelf geadministreerd.

Om draagvlak te krijgen voor het sportprogramma is een start gemaakt bij het College van Bestuur. Zij hebben naar de organisatie uitgedragen dat zij een gezonde leefstijl, bewegen en sport belangrijk vinden. Dit hebben zij onder meer gedaan door dit extra onder de aandacht te brengen tijdens personeelsbijeenkomsten.

Daarbij moet wel aangetekend worden dat bij ROC Nijmegen het belang van een gezonde organisatie wel heeft opgenomen in het jaarverslag 2010, echter is dit gericht op de medewerkers en niet op de studenten. Ook ROC Nijmegen heeft te maken met dalende inkomsten, waardoor er bezuinigd zal moeten worden op o.a. personele kosten en kosten van gebouwen. Op dit moment is nog niet duidelijk wat dit betekent voor de continuering van het sportprogramma.

Deltion College Zwolle¹²

Jan Faber, Projectleider Sport Expertise Centrum / Projectleider 'Masterplan bewegen en sport mbo'

Bij het Deltion College in Zwolle is het Sportprogramma beschreven in een Proeve van Bekwaamheid, die valt onder dimensie Vitaal Burgerschap. De Proeve van Bekwaamheid bestaat uit een drietal werkprocessen. Voor het uitvoeren van de werkprocessen en kerntaken moet de student beschikken over specifieke competenties die komen uit de kwalificatie-eisen loopbaan en burgerschap. De competenties moeten behaald worden door deel te nemen aan het leefstijlprogramma Testjeleefstijl.nu en het Sport Keuze Programma.

Om de communicatie naar de teams en de studenten te vergemakkelijken heeft het Deltion College per sector een sectorverantwoordelijke aangesteld. Deze persoon heeft de volgende taken:

¹¹ Interview met Frans van der Wielen, ROC Nijmegen

¹² Jan Faber, Deltion College Zwolle via Platform Bewegen en Sport op LinkedIn.com

1. De namen achterhalen van de studieloopbaanbegeleiders die verbonden zijn aan de SportKeuze klassen.
2. Informatievoorziening naar de studieloopbaanbegeleiders, opleidingsmanagers en studenten.
3. De absentie en inschrijfverplichtingen controleren en indien nodig contact zoeken met desbetreffende studieloopbaanbegeleiders.
4. Op aanvraag teamvergaderingen bijwonen.
5. Aangeven wanneer het SportKeuzeProgramma is afgerond met de daarbij behorende resultaten.

ROC West-Brabant

Jef Mahieu, Projectleider en teamvoorzitter MultiMove op ROC West-Brabant

Bij ROC West-Brabant werkt men al 17 jaar met het sportprogramma. Communicatie is het sleutelwoord, maar ook het luisteren naar de wensen van de doelgroep en proberen om daarbij aan te sluiten. ROC West-Brabant verzamelt elk jaar zoveel mogelijk gegevens van de studenten uit de klassen die aan het sportprogramma meedoen. Dit zijn o.a. klascodes, het aantal studenten, technische datagegevens van deze studenten, de contactgegevens van de studieloopbaanbegeleider per klas, de roosters van de klassen, de jaarplanning van de opleidingsteams en de contactgegevens van de persoon die verantwoordelijk is voor deze planning, een overzicht van taken, bevoegdheden en verantwoordelijkheden ten aanzien van rooster(wijzigingen), de jaarkalender, de jaarplanning van stages, evenementen, toetsweken, excursies etc. Daarnaast worden directiebesluiten die betrekking hebben of van invloed zijn op het sportprogramma vastgelegd. Vervolgens wordt over deze besluiten gecommuniceerd met de opleidingsteams, de afdelingen en overige betrokkenen. Een voorbeeld hiervan is het vastleggen van het directiebesluit dat een roostermoment van het sportprogramma niet zo maar gewijzigd kan worden.

Het Sportbureau van ROC West-Brabant positioneert zich door de meerwaarde van het sportprogramma in beeld te brengen. Dit doen ze door middel van flyers en een promotiefilm. Het hele jaar wordt op de portal (intranet) verslag gedaan van (sport)evenementen en leuke (sport) activiteiten. Medewerkers mogen gratis meesporten en stimuleren dit. Het monitoren van de voortgang van studenten gebeurt in samenwerking met de studieloopbaanbegeleiders. Er is een presentatie beschikbaar voor de opleidingsteams, waarin getoond wordt hoe het met de leefstijl van mbo-studenten is gesteld. Leefstijl beïnvloeding is het uitgangspunt van het sportprogramma bij ROC West-Brabant. Naast sport worden er lessen en workshops gegeven over leefstijlonderwerpen. Dit wordt met ingang van studiejaar 2012-2013 geïntegreerd met de sportactiviteiten. De strategie die ROC West-Brabant gebruikt bij hun aanpak is 'verleiden'.

4.2 Landelijke trends en ontwikkelingen

MBO Raad¹³

De laatste landelijke trends en ontwikkelingen zijn te vinden op de website van de brancheorganisatie de MBO Raad. Een belangrijke landelijke ontwikkeling binnen het mbo is dat de mbo-instellingen met ingang van het studiejaar 2012-2013 geen subsidie meer krijgen voor de uitvoering van het programma ter bevordering van gezondheid, bewegen en sport. Een landelijke trend die we zien is de afname van studentenaantallen in het mbo. Minder studenten betekent minder inkomsten. Reden waarom veel mbo-instellingen gedwongen worden om bezuinigingen door te voeren. Deze bezuinigingen zijn van invloed op het gehele onderwijs en dus ook op de uitvoering van het sportprogramma binnen de mbo-instellingen.

¹³ www.mboraad.nl

4.3 Conclusie benchmark

Als we kijken naar de situaties en werkwijze van de onderzochte mbo-instellingen, kunnen we concluderen dat bij deze mbo-instellingen de communicatie met studenten vooral via docenten verloopt. Deze communicatie verloopt vooral via fysieke contactmomenten met de studenten en in mindere mate via e-mail.

Wat opvalt bij de uitvoering van het sportprogramma bij de andere mbo-instellingen is dat hier veel meer sportcontacturen zijn dan bij ROC A12. Omdat bij de uitvoering van het sportprogramma bij ROC A12 in veel mindere mate gebruik wordt gemaakt van interne sportdocenten en veel meer van externe workshopleiders, is er nauwelijks sprake van binding met de studenten. De studenten zijn onbekend voor de workshopleiders en vice versa, met als gevolg dat het aanspreken van de studenten op hun verzuim of gedrag weinig tot geen effect heeft. Dit kan verbeterd worden door het aanbieden van klassikale sportlessen onder begeleiding van een interne sportdocent.

De mbo-instellingen geven aan dat de organisaties gezondheid, bewegen en sport belangrijk vinden en dat er draagvlak is, maar ook bij deze organisaties geldt dat dit niet blijkt uit de organisatievisie, -missie of -doelstellingen. Wij adviseren ROC A12 om dit wel op te nemen in het strategisch beleidsplan en in de jaarverslagen om de betrokkenheid te vergroten en draagvlak te creëren.

Bij ROC A12 verzorgt het Sportbureau het gehele administratieve proces rondom het sportprogramma, dus de inschrijving voor de clinics, het uitdraaien van de presentielijsten en de registratie van presentie en absentie. Daarnaast is er op het Sportbureau van ROC A12 in verhouding met de andere mbo-instellingen minder capaciteit (fte). Hier zal in het studiejaar 2012-2013 geen verandering in komen. Omdat de organisatie rondom het sportprogramma en de capaciteit van de interne organisatie (minder sportdocenten en sportcoördinatoren) bij ROC A12 erg verschilt van de mbo-instellingen uit de benchmark, moet de communicatie anders aangepakt worden.

De studenten moeten bij aanvang van het studiejaar intensiever en beter geïnformeerd worden over het sportprogramma. Zoals ook blijkt uit de benchmark levert fysiek contact met de studenten het beste resultaat op. Tijdens fysieke contactmomenten, bij voorkeur klassikaal, kan ook de dialoog worden aangegaan met deze studenten. Deze contactmomenten zullen regelmatig moeten plaatsvinden, in ieder geval voorafgaand aan elk onderdeel van het sportprogramma. Het beste gebeurt dit tijdens lessen met de studieloopbaanbegeleider.

Het Deltion College heeft het proces rondom verplichte deelname aan het sportprogramma goed geregeld, omdat zij de competenties beschreven hebben in een Proeve van Bekwaamheid. Hierdoor weet de student waar hij het voor doet. Daarnaast is het aanstellen van een sectorverantwoordelijke een prima verbeterpunt voor het Sportbureau van ROC A12, omdat de communicatielijnen hierdoor korter worden.

Het betrekken van alle docenten bij het thema 'gezondheid, bewegen en sport' voor het vergroten van de betrokkenheid en het creëren van intern draagvlak door het project 'Enjoy' van ROC Zeeland is een succesvol initiatief gebleken. ROC A12 kan dit succes vergroten door een vergelijkbaar project breder te trekken en voor alle medewerkers te organiseren. Aangezien de gemiddelde leeftijd bij ROC A12 49 jaar is en 72% van de medewerkers boven de 45 jaar is, is het belangrijk om de medewerkers bewust te maken van een gezonde leefstijl om ziekteverzuim te voorkomen en te verlagen.

HOOFDSTUK 5

Doelgroepanalyse

5 Doelgroepanalyse

Voor het kwantitatieve deel van dit onderzoek zijn data verzameld door het afnemen van een digitale enquête onder de doelgroepen. Uit de respondenten is een focusgroep gevormd. Uit de respondenten van de primaire doelgroep (studenten) is een focusgroep gevormd. Met deze focusgroep hebben 3 bijeenkomsten plaatsgevonden. Tijdens deze bijeenkomsten is dieper en uitgebreider ingegaan op de onderzoeksvragen en de uitkomsten van de enquête. Om vast te stellen of de adviezen en aanbevelingen aan hun doel beantwoorden, zijn deze getoetst bij de focusgroep*, ook wel pretest¹⁴ genoemd. De enquête is terug te vinden in bijlage 5.

** De uitkomst van de focusgroep is steeds in roze weergegeven.*

5.1 Doelstelling onderzoek

Doel van dit onderzoek is het in kaart brengen van de doelgroep(en), waar zij hun informatie vandaan halen en hoe zij over te halen zijn tot deelname aan sportactiviteiten. Vragen die ten grondslag liggen aan dit onderzoek zijn:

1. **Hoeveel eerstejaars studenten kent ROC A12 per locatie?**
2. **Hoeveel % van de doelgroep maakt gebruik van social media? Van welke social media?**
3. **Welke communicatiekanalen gebruikt de doelgroep bij het zoeken naar of verkrijgen van informatie over schoolactiviteiten?**
4. **Wat is de toegevoegde waarde van sport voor de doelgroep(en)?**
5. **Wie hebben invloed op de doelgroep?**
6. **Wanneer gaat de doelgroep deelnemen aan sport? (intrinsieke motivatie?)**

5.2 Resultaten onderzoek

Resultaten uit het onderzoek onder de primaire doelgroep

202 respondenten uit de primaire doelgroep (eerstejaars voltijdstudenten) hebben deelgenomen aan de enquête. De omvang van de populatie is 774. Rekening houdend met een steekproefmarge van 5%, kunnen we stellen dat de steekproefgrootte van dit onderzoek een betrouwbaarheidsniveau heeft van 90%.

40,6 % van de respondenten is man.

59,4 % van de respondenten is vrouw.

De focusgroep bestond uit **20** deelnemers (10% van de respondenten) verspreid over de diverse opleidingen.

Social Media

De verwachting was dat een grotere inzet van social media noodzakelijk zou zijn voor het bereiken van de primaire doelgroep (eerstejaars voltijdstudenten). Om deze reden zijn de enquêtevragen gericht op de bekendheid en het gebruik van social media.

¹⁴ Floor, J.M.G., W.F. van Raaij (2006). *Marketingcommunicatiestrategie*. 5e dr. Groningen/Houten: Wolters-Noordhoff bv

92,1 % van de respondenten maakt gebruik van social media, waarbij **68.1%** gebruik maakt van een smartphone voor het bijhouden van zijn/haar sociale netwerken. De social media die gebruikt worden door de doelgroep zijn:

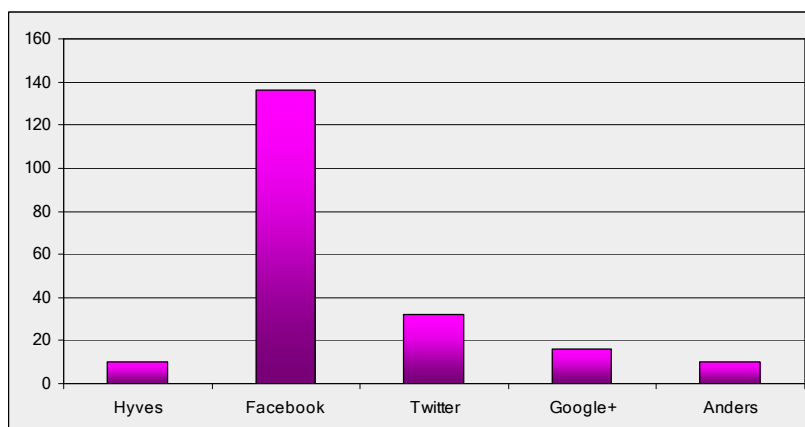
33,6% Hyves

98,9% Facebook

39,1% Twitter

6,5% Google+

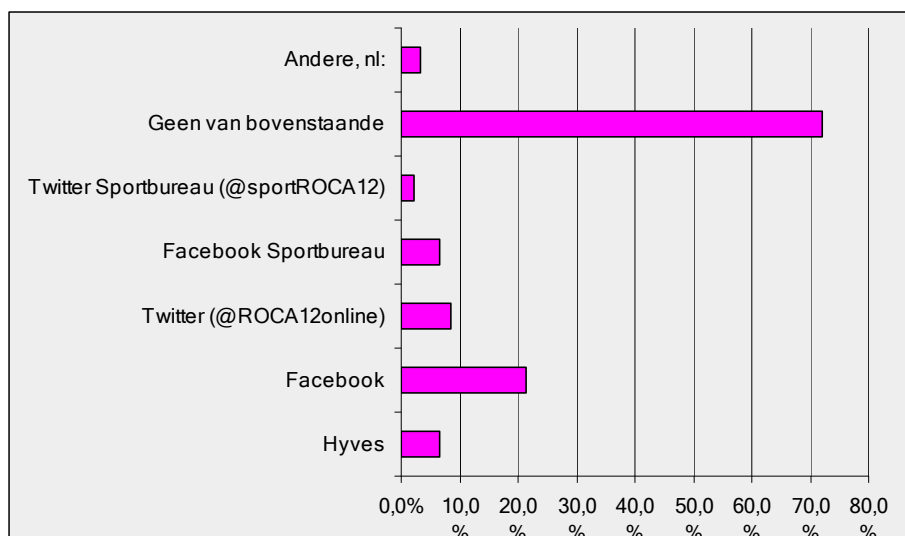
7,6% Andere sociale netwerken



Figuur 1

Het sociale netwerk dat het meest gebruikt wordt door de doelgroep is Facebook. Twitter wordt soms tot regelmatig gebruikt, terwijl het gebruik van Hyves sterk af is genomen onder deze doelgroep. Zie *figuur 1*.

De social media profielen van ROC A12 zijn nog onbekend onder de doelgroep. Slechts **21.3%** van de respondenten is bekend met het algemene Facebook profiel van ROC A12. **71.9%** van de respondenten geeft aan nooit gehoord te hebben van één van de social media profielen van ROC A12. Zie *figuur 2*.



Figuur 2

Communicatie

De bekendheid onder de doelgroep met de verschillende communicatiemiddelen is divers. Connect (het intranet) en e-mail (studentenmail) genieten de grootste bekendheid onder de doelgroep, met respectievelijk **89%** en **86%**. Opvallend is dat slechts **53,8%** van de respondenten bekend is met de schoolmonitoren die gebruikt worden voor o.a. roosterwijzigingen. *Bij navraag onder de deelnemers van de focusgroep wordt als reden gegeven dat de schoolmonitoren zo klein zijn dat ze nauwelijks zichtbaar zijn.*

Een opmerkelijke constatering is dat de 'wegwijzer' slechts bekend is onder **9,7%** van de respondenten, terwijl de 'wegwijzer' verstrekt wordt in de introductieweek aan eerstejaars studenten en belangrijke informatie bevat over de ROC A12.

Het grootste deel van de respondenten (**68.1%**) geeft aan het best bereikbaar te zijn per e-mail en dan bij voorkeur via het privé e-mailadres. Communicatie via Connect (**47%**) en studenten e-mail (**49,5%**) wordt als tweede voorkeur aangegeven, gevolgd door SMS (37,4%) en de studieloopbaanbegeleider (36,3%).

Uit de resultaten van het onderzoek kunnen we concluderen dat het verstrekken van informatie via de schoolmonitoren, posters, de 'wegwijzer' en social media als Hyves en Twitter de doelgroep niet of nauwelijks bereikt.

Bekendheid Sportbureau

Het Sportbureau is bekend bij **93,4%** van de respondenten. Bijna de helft van de respondenten geeft aan voor het eerst van het Sportbureau gehoord te hebben tijdens het afnemen van de fittest (43,5%). De andere helft van de respondenten heeft pas bij het inschrijven voor de sportclinics gehoord van het Sportbureau (41,2%). *Uit de focusgroep komt naar voren dat de voorlichting die gegeven is voorafgaand aan de fittest niet duidelijk genoeg was voor de studenten. Het tijdsbestek tussen de fittest en inschrijven voor sportclinics was te lang (5 maanden) waardoor de informatie niet is blijven hangen bij de studenten. Dit is ook de reden waarom het Sportbureau tot aan de start van het Sport Keuze Programma onbekend is gebleven bij de helft van de doelgroep, omdat er geen contactmomenten waren in de tussenliggende periode.*

67,1% van de respondenten geeft aan dat het Sportbureau makkelijk te vinden is. De rest van de respondenten weet niet of nauwelijks waar het Sportbureau zich bevindt. *De focusgroep is van mening dat het Sportbureau het best gesitueerd kan worden in de buurt van het schoolrestaurant en het ServicePunt voor studenten.*

De pagina van het Sportbureau op Connect is door **55,3%** van de respondenten bezocht. *De focusgroep geeft aan dat de pagina van het Sportbureau niet zichtbaar genoeg is op Connect. Door de focusgroep worden ideeën geopperd als een pop-up met belangrijke informatie als men inlogt op Connect of een banner voor het Sportbureau waarop men kan doorklikken naar de pagina.*

Van de respondenten die contact hebben gehad met het Sportbureau is **71,4%** van de contactmomenten gelopen via de balie van het Sportbureau. **39,3%** van de contactmomenten heeft plaatsgevonden via e-mail.

Op de vraag hoe de respondenten het liefst contact opnemen met het Sportbureau, gaat de voorkeur uit naar de baliefunctie met **71%**, gevolgd door e-mail met **66%**. De keuze voor contact via social media of chat is nihil.

Sportprogramma voor studenten

Meer dan de helft van de respondenten geeft aan dat het niet uitmaakt wanneer de sportlessen gegeven worden, als het maar aansluit op het lesrooster (**58%**). Bijna een kwart van de respondenten geeft de voorkeur aan sportles in de middag.

Op de vraag wat het sportprogramma voor de studenten aantrekkelijker zou maken, geeft **63%** van de respondenten aan dat zij graag de mogelijkheid zouden hebben om hiermee bepaalde (beroeps)competenties af te sluiten. **28%** geeft aan dat het aantrekkelijker wordt als het bijdraagt aan het verkrijgen van een baan, bijvoorbeeld door een extra aantekening op het diploma.

Bijna **60%** van de respondenten geeft aan dat de mogelijkheid om zelf een sport te kunnen kiezen het volgen van sportlessen op school leuker maakt. **34%** van de respondenten geeft de voorkeur aan klassikale sportles en **28%** van de respondenten sport liever in eigen tijd.

Suggesties / ideeën

De respondenten konden naar aanleiding van de enquête ideeën of opmerkingen achterlaten. Zaken die meerdere keren naar voren kwamen zijn:

- Roostering
 - Betere aansluiting sportlessen op lesrooster
 - Sportlessen opnemen in regulier lesrooster
- Leuker en breder sportaanbod
- Beloning (gratis sporten)
- Duidelijkere informatie bij aanvang van het schooljaar
- Persoonlijk trainingsschema
- Sportkaart, waarmee sportles wordt afgetekend bij eigen sportcentrum
- Beter overzicht sportaanbod, incl. tijden en locaties

De respondenten zijn over het algemeen tevreden over de dienstverlening van het Sportbureau.

Het complete overzicht van de onderzoeksresultaten is terug te vinden in bijlage 5.

HOOFDSTUK 6

Conclusies

6 Conclusies

Uit het onderzoek komt naar voren dat er bij de doelgroepen geen behoefte is aan contact via social media, omdat men school en werk gescheiden wil houden van het privéleven. De doelgroepen geven aan dat zij behoefte hebben aan persoonlijk contact en de informatie ook op deze manier willen ontvangen. Uit de benchmark blijkt dat fysiek contact met de studenten het beste resultaat oplevert.

Uit het onderzoek blijkt ook dat doelgroep 2 (docenten en studieloopbaanbegeleiders) denkt dat een gezondere leefstijl voor studenten (en medewerkers) een doelstelling van het Sportbureau is, terwijl het programma voortkomt uit een directiebesluit. De directie van ROC A12 heeft vastgesteld dat sport en gezondheid een speerpunt wordt binnen ROC A12 en dat ROC A12 het voortouw neemt om partners in de regio te binden als het gaat om samenwerking op het gebied van sport, voeding en gezondheid en gezamenlijke benutting van elkaars onderwijs en sportfaciliteiten. Deze visie is echter nergens terug te vinden in (jaar)verslagen of andere beleidsdocumenten en daarmee onbekend voor de interne organisatie. Bij de onderzochte mbo-instellingen is het belang van gezondheid, bewegen en sport ook niet beschreven in de organisatievisie,- missie of -doelstellingen. Hier is dus sprake van onbekendheid dan wel een misverstand. In termen van communicatiebeleid ligt hier een uitdaging.

Op basis van de onderzoeksresultaten kunnen we concluderen dat de communicatie anders aangepakt moet worden. De studenten moeten bij aanvang van het studiejaar intensiever en beter geïnformeerd worden over het sportprogramma. Tijdens fysieke contactmomenten, bij voorkeur klassikaal, kan ook de dialoog worden aangegaan met deze studenten. Daarnaast is het aanstellen van een sectorverantwoordelijke een prima verbeterpunt voor het Sportbureau van ROC A12, omdat de communicatielijnen hierdoor korter worden.

Het betrekken van alle docenten bij het thema 'gezondheid, bewegen en sport' voor het vergroten van de betrokkenheid en het creëren van intern draagvlak door het project 'Enjoy' van ROC Zeeland is een succesvol initiatief gebleken. ROC A12 kan dit succes vergroten door een vergelijkbaar project breder te trekken en voor alle medewerkers te organiseren. Aangezien de gemiddelde leeftijd bij ROC A12 49 jaar is en 72% van de medewerkers boven de 45 jaar is, is het belangrijk om de medewerkers bewust te maken van een gezonde leefstijl om ziekteverzuim te voorkomen en te verlagen.

HOOFDSTUK 7

Advies
en
aanbevelingen

7 Advies en aanbevelingen

Om voor 1 november 2012 75% van de eerstejaars voltijdstudenten te bereiken en over te halen tot deelname aan sportactiviteiten, moet het Sportbureau onderstaande adviezen opvolgen. De aanbevelingen versterken de adviezen en dragen bij aan het realiseren van de doelstelling.

7.1 Advies

ROC A12 moet ervoor zorgen dat gezondheid, bewegen en sport 'top of mind' wordt binnen de gehele organisatie. Hiervoor moet ROC A12 een voorloper worden in de regio als zijnde een 'sportactieve en gezonde' school, door:

1. Organisatie eigenaar van gezondheid en sport

ROC A12 moet eigenaar worden van het thema 'gezondheid, bewegen en sport' door de breed gedragen visie over sport en gezondheid vast te leggen in het strategisch beleidsplan. Omdat het strategisch beleidsplan richting geeft aan de ontwikkelingen die ROC A12 nastreeft, wordt de bekendheid bij de interne organisatie vergroot. Ook moet deze visie terugkomen in de jaarverslagen, zodat deze bekend wordt bij externe relaties en samenwerkingspartners in de regio.

2. Sportbureau dichterbij doelgroepen

Het Sportbureau moet gepositioneerd worden als 'aanjager' van het thema, waarbij het Sportbureau een zichtbare plek moet innemen in de organisatie voor medewerkers en studenten. Om het Sportbureau 'dichter' bij de interne doelgroepen te brengen, moet de front office van het Sportbureau gesitueerd zijn op een plek die zichtbaar en toegankelijk is voor deze doelgroepen: in het schoolrestaurant, naast het Studenten Servicepunt.

3. Betrokkenheid en draagvlak

Een gezondere leefstijl voor studenten en medewerkers moet een gemeenschappelijk gedragen doelstelling van de organisatie zijn. Hiervoor moet draagvlak gecreëerd worden bij de interne organisatie door het betrekken van de medewerkers en het management bij de organisatiedoelstelling om een 'sportactieve en gezonde' school te worden. Dit sluit aan bij de merkstrategie 'van binnen naar buiten', omdat deze strategie het doel heeft om door interne verandering een extern omslagpunt teweeg te brengen. Zodra docenten zich bewust zijn van het belang van een gezonde leefstijl en de meerwaarde hiervan erkent voor de studenten, zullen de docenten bereid zijn om samen te werken om dit doel te realiseren. Tijdens de opening van het studiejaar 2012-2013 brengt de directie deze organisatie-doelstelling extra onder de aandacht van de medewerkers.

4. Van digitaal naar persoonlijk contact

Het Sportbureau moet met ingang van het studiejaar 2012-2013 inzetten op interactievisie met de doelgroepen, door het persoonlijk contact te intensiveren en vaker de dialoog aan te gaan met deze doelgroepen. De informatie over het programma Sport4You moet voor aanvang studiejaar 2012-2013 verduidelijkt zijn, omdat het Sportbureau bij aanvang van het studiejaar 2012-2013 klassikaal uitleg moet geven over het programma. Er moeten regelmatig klassikaal contactmomenten plaatsvinden met de primaire doelgroep, voorafgaand aan de start van elk onderdeel van het programma. Op deze manier komt de informatie gefaseerd bij de primaire doelgroep en wordt de informatie bij de docenten 'opgefrist'.

7.2 Aanbevelingen

Om ervoor te zorgen dat sport 'top of mind' wordt bij de primaire doelgroep, moet worden voldaan aan de vraag hoe het Sportbureau effectief door kan dringen in het brein van deze doelgroep. Jongeren laten zich minder leiden door de vraag wat verstandig is¹⁵. Korte termijn overwegingen, meestal ingegeven door emotionele argumenten, krijgen gemakkelijk de overhand. Jongeren houden meerdere 'frames' open waartussen ze hun aandacht verdelen (kletsen met vrienden gaat samen met een sms'je tikken en MTV kijken). Hoe kan deze groep 'verleid' worden door sport en overgehaald worden tot actieve beweging? Dit kan bereikt door het uitvoeren van onderstaande aanbevelingen, die door de focusgroep erg enthousiast zijn ontvangen. Zie bijlage 6.

Sportcafé

Het creëren van een ontmoetingsplek in de vorm van een sportcafé waarbij diverse 'frames' worden samengebracht. Studenten worden door (sport)beelden geconfronteerd met sport. De primaire doelgroep wordt gevormd door mbo-studenten. Dit zijn echte doeners en daarom moet er in het sportcafé ook iets te doen zijn. Om door te dringen in de wereld van deze doelgroep, moet het sportcafé als volgt ingericht worden:

- 1 groot LED videoscreen waarop sportbeelden getoond worden, bv. herhalingen van voetbalwedstrijden, Olympische Spelen, EK voetbal, etc. Onder het beeld scrolt het laatste sportnieuws zoals uitslagen van wedstrijden, transfers, etc.;
- 1 groot LED videoscreen waarop muziekvideo's getoond worden of een muzikzender als MTV. Onder het beeld scrolt het laatste nieuws uit de muziek- en filmwereld, of lokale nieuwtjes;
- 1 groot LED videoscreen (tussen de andere schermen in) waarop schoolinfo getoond wordt, zoals roosterwijzigingen;
- Een dug-out als 'hangplek' voor de studenten;
- Tentoonstellen van sportattributen / -kleding van bekende sportclubs (bij voorkeur in samenwerking met deze sportclubs);
- Indoor activiteiten aanbieden door het plaatsen van voetbaltafels en airhockeytafels;
- Folderrekken met flyers en kortingskaarten voor sportverenigingen;
- Foto's tentoonstellen van topsporttalenten die een opleiding volgen bij ROC A12.

Om een deel van de investeringskosten terug te verdienen worden de voetbaltafels en airhockeytafels voorzien van een betaalsysteem. Studenten kunnen bij het Sportbureau een 'muntje' kopen en deze inwerpen in de tafel naar keuze.

Het sportcafé moet worden gerealiseerd in schoolrestaurant 't Vooronder op de locatie Reehorsterweg in Ede.

Sportpleinen

Tijdens de lunchpauze en tussenuren vervelen studenten zich al snel en om hieraan een actieve invulling te geven moeten sportpleinen ingericht worden. De sportpleinen waarbij studenten zonder enige verplichting zelf een 'balletje kunnen trappen' dragen bij aan de motivatie van andere studenten, want 'zien sporten, doet sporten'. Het gevolg is dat steeds meer studenten vrijwillig gaan bewegen, waardoor de weerstand voor deelname aan de verplichte sportactiviteiten sterk vermindert.

¹⁵ Nelis, H., Y. Stark (2009). *Puberbrein binnenstebuiten*. Utrecht/Antwerpen: Kosmos Uitgevers B.V.

De sportpleinen worden ingericht met:

- Baskets
- Pannaveld
- Tafeltennistafels

Een plaatsen van een Wii-systeem waarop actief sport- en dansgames gespeeld kunnen worden is in verband met diefstalgevoeligheid niet aan te bevelen.

Uitleen van materialen zoals basketballen, voetballen, tafeltennisbatjes en pingpongballetjes verloopt via de balie van het Sportbureau, tegen inlevering van de studentenkaart. Bij het terugbrengen van de materialen wordt de studentenkaart teruggegeven aan de student.

Locatie sportpleinen:

- Binnenplein tussen schoolrestaurant 't Vooronder en gymzaal E0.10
- Schoolplein achter de H-vleugel bij de leerstraat
- Het grasveld voor de G-vleugel

N.B. Het grootste deel van de primaire doelgroep bevindt zich op de locaties Reehorsterweg en Bovenbuurtweg in Ede. Om de kosten te spreiden is er bij bovenstaande aanbevelingen voor gekozen dit in eerste instantie uit te voeren op deze locaties. In de komende 3 jaar kan dit bij de locaties Velp en Veenendaal doorgevoerd worden.

De officiële opening van het sportcafé en de sportpleinen wordt verricht door een oud-topsporttalent van ROC A12, die bekend is bij de studenten: Soufian El Hassnaoui.

Medewerkersdag

Het vergroten van betrokkenheid moet gebeuren door het verbinden van de medewerkersdag aan de organisatiedoelstelling om een 'gezonde en sportactieve' school te worden. Medewerkers volgen workshops en doen mee aan activiteiten over gezondheid, voeding en bewegen en worden bewust(er) van het belang van een gezonde leefstijl. Doordat docenten actief met dezelfde onderwerpen bezig zijn als de studenten, verbindt het de twee doelgroepen (docenten en studenten).

Videofilm door en voor studenten

Om de primaire doelgroep te bereiken moet gebruik gemaakt worden van eigen studenten. Studenten van de opleiding Beeld & Geluid kunnen in opdracht van het Sportbureau een korte videofilm maken over het programma Sport4You, waarin studenten de hoofdrol spelen. Studenten vertellen wat zij leuk en minder leuk vinden aan de sportactiviteiten en welke drempels zij hebben genomen. Er worden beelden getoond van studenten die plezier hebben in bewegen en sporten.

Monitoring

Om de effecten te kunnen meten moet een jaar na de nulmeting een 1-meting gedaan worden, waarbij veranderingen in bekendheid, kennis en attitude worden gemeten.

HOOFDSTUK 8

Communicatieplan

8 Communicatieplan

8.1 Inleiding

Aanleiding van dit communicatieplan is dat het Sportbureau van ROC A12 de primaire doelgroep (eerstejaars voltijdstudenten) niet of nauwelijks bereikt met informatie over het verplichte sportprogramma. Op basis van onderzoeksresultaten zijn adviezen en aanbevelingen geformuleerd die moeten leiden tot een groter bereik van de doelgroepen. Deze adviezen en aanbevelingen staan beschreven in het communicatieadviesrapport en zijn verder uitgewerkt in dit communicatieplan.

8.2 Communicatiedoelgroep

De communicatiedoelgroep(en) zijn onderverdeeld in primair, secundair en intermediair. De **primaire doelgroep** van het Sportbureau is: alle eerstejaars voltijdstudenten op alle locaties van ROC A12, omdat dit de grootste groep is en voor deze groep de communicatie vanuit het Sportbureau de grootste impact heeft (programma Sport4You). Deze groep bestaat uit ca. 1400 studenten.

De **secundaire doelgroepen** zijn: de docenten en studieloopbaanbegeleiders, degenen die wel geïnformeerd worden over het verbetertraject maar (nu) niet direct betrokken zijn bij de verbetering. Deze groep bestaat uit ca. 165 personen. (Dat kan in een latere fase van het verbetertraject of bij de verspreiding van de verbetering wijzigen: secundaire groepen kunnen dan primaire groepen worden). Denk bij deze doelgroepen ook aan het management, facilitaire dienst, samenwerkingspartners, verwijzers, enz.

De **intermediaire doelgroepen** zijn: de redactie van Rock & Read (personeelsblad) en de afdeling Marketing & Communicatie, voor zowel interne als externe communicatie met de lokale en regionale pers en lokale en regionale tv. Deze groepen of personen moeten door het Sportbureau ingezet worden om over de organisatiebrede projecten in het kader van gezondheid, bewegen en sport te communiceren.

8.3 Communicatiedoelstelling

Om een groter bereik te realiseren bij de eerstejaars studenten, moeten de doelgroepen bij de start van het studiejaar geïnformeerd worden over het programma Sport4You en de activiteiten van het Sportbureau. Voor de primaire en secundaire doelgroepen is het belangrijk dat zij hun houding ten opzichte een gezonde leefstijl veranderen, omdat een positieve houding ten opzichte van dit onderwerp bijdraagt aan draagvlak en op lange termijn gedragsverandering. Om dit te bereiken moeten onderstaande communicatiedoelstellingen gerealiseerd worden.

Communicatiedoelstellingen*

1. Voor 1 november 2012 is 70% van de eerstejaars voltijdstudenten bekend met het programma Sport4You. Dit is een toename van 32% ten opzichte van 2011-2012;
2. Voor 1 november 2012 is 95% van de docenten en studieloopbaanbegeleiders bekend met het programma Sport4You. Dit is een toename van 5% ten opzichte van 2011-2012;
3. Voor 1 november 2012 is 60% van de studieloopbaanbegeleiders bereid om mee te werken aan het motiveren en stimuleren van de studenten. Dit is een toename van 30% ten opzichte van 2011-2012;
4. Voor 1 januari 2013 is 60% van de medewerkers bekend met het thema 'gezondheid, bewegen en sport' en het sportaanbod van het Sportbureau. Dit is een toename van 24%. (26% van de medewerkers zijn al op de hoogte via het programma Sport4You);

5. Voor 1 mei 2013 heeft 50% van de eerstejaars voltijdstudenten de studiepunten voor het programma Sport4You behaald. Dit is een toename van 50% ten opzichte van 2011-2012;
6. Voor 1 juli 2013 heeft 20% van de studenten en medewerkers deelgenomen aan overige sportactiviteiten. Dit is een toename van 10% ten opzichte van studiejaar 2011-2012.

**Het onderzoek dat aan dit communicatieplan ten grondslag ligt, geldt als nulmeting.*

Deze doelstellingen zijn in te delen in de categorieën: kennis, houding en gedrag.

Kennisdoelstellingen

Deze doelstellingen hebben betrekking op het vergroten van de kennis over de activiteiten van het Sportbureau:

- In onderwijsperiode 1 van 2012-2013 medewerkers tijdens een kick off informeren over het thema 'gezondheid, bewegen en sport' waardoor de kennis over het thema vergroot zal worden;
- In lesweek 1 van 2012-2013 alle studieloopbaanbegeleiders en docenten L&B uitleg geven over het programma Sport4You, waarbij gelegenheid is voor vragen en discussies;
- In lesweek 2 van 2012-2013 per klas (bij voorkeur tijdens de SLB-les) uitleg geven over het programma Sport4You, waarbij gelegenheid is voor vragen en discussies;
- Tijdens de eerste les L&B per klas uitleg geven over Testjeleefstijl.nu (onderdeel van Sport4You), waarbij gelegenheid is voor vragen en discussies;
- In november 2012 een representatieve steekproef houden onder de doelgroep(en) met als doel het in kaart brengen van de kennis over de activiteiten het Sportbureau;
- De jaarlijkse medewerkersdag in november 2012 organiseren binnen het thema 'gezondheid, bewegen en sport' met als doel het creëren van betrokkenheid en draagvlak door het vergroten van kennis;
- In maart 2013 een representatieve steekproef houden onder de doelgroep(en) met als doel het in kaart brengen van de kennis over de activiteiten van het Sportbureau.

Attitudedoelstellingen

Attitudes sturen gedrag, daarom is het van belang om de attitude bij de doelgroepen over sport, gezondheid en bewegen te veranderen door:

- Samenstellen van een klankbordgroep, bestaande uit 2 docenten, 3 eerstejaars voltijdstudenten, 1 externe sportinstructeur en de projectmedewerker Sportbureau om de communicatie rondom de activiteiten van het Sportbureau te monitoren en bij te sturen;
- Voor start van het studiejaar 2012-2013 de inhoud van de communicatiemiddelen optimaliseren op het gebied van duidelijkheid en compleetheid;
- Per 1 mei 2013 evalueren of het advies en de aanbevelingen geresulteerd hebben in grotere deelname aan het programma Sport4You ten opzichte van studiejaar 2011-2012.

Gedrag doelstellingen

Onderstaande doelstellingen hebben betrekking op het creëren van gedragsverandering bij zowel de studenten als de medewerkers. Deze doelstellingen zijn actiegericht:

- Voor 1 juli 2013 heeft 2 op de 10 medewerkers deelgenomen aan sportactiviteiten, zoals bedrijfssport, loopevenementen, sporttoernooien;
- Voor 1 juli 2013 heeft 5 op de 10 studenten actief deelgenomen aan het programma Sport4You;
- Voor 1 juli 2013 heeft 2 op de 10 studenten actief deelgenomen aan overige sportactiviteiten, zoals sporttoernooien en NK's;
- Voor 1 juli 2013 heeft 3 op de 10 studenten actief gebruik gemaakt van de sportfaciliteiten die aangeboden worden op de sportpleinen en in het sportcafé.

8.4 Communicatiestrategie

Primaire doelgroep

Inzet van verschillende communicatiemiddelen moet gelijktijdig gebeuren, omdat de primaire doelgroep (eerstejaars voltijdstudenten) hierdoor de boodschap beter oppikt. De communicatie moet gefaseerd gepland worden, door in te zetten op diverse communicatiemomenten gedurende het studiejaar, steeds voorafgaand aan een activiteit van het programma. De communicatie met deze doelgroep gebeurt door een informele tone of voice, omdat dit aansluit bij de organisatiecultuur. Drie eerstejaars voltijdstudenten nemen zitting in een klankbordgroep, waar ook 2 docenten, 1 externe sportinstructeur en de projectmedewerker Sportbureau deel van uitmaken. De klankbordgroep moet het effect van de wijziging in de communicatieaanpak zichtbaar maken en waar nodig bij sturen.

Secundaire doelgroep

De communicatie met deze doelgroep gebeurt door een informele tone of voice, omdat dit aansluit bij de organisatiecultuur. De communicatie moet niet gefaseerd gepland worden, maar voorafgaand aan het studiejaar 2012-2013. Twee docenten nemen zitting in een klankbordgroep, waar ook 3 eerstejaars voltijdstudenten, 1 externe sportinstructeur en de projectmedewerker Sportbureau deel van uitmaken. Het betrekken van de organisatie (alle medewerkers) bij het thema, omdat ROC A12 daarmee meer draagvlak creëert voor het eindresultaat.

8.5 Communicatieboodschap en motto

Om richting te geven aan het realiseren van de communicatiedoelstellingen is een kernboodschap geformuleerd. Deze kernboodschap geldt voor zowel de primaire als de secundaire doelgroep:

‘Door persoonlijke communicatie krijgen we de interne doelgroepen in beweging.’

Om de kernboodschap te versterken is gekozen voor het gebruik van een creatief en doelgericht motto met attentiewaarde. Het motto dient als ‘paraplu’ voor de verbetering van de communicatie. Het motto naar deze doelgroep moet duidelijk en direct zijn. Er moet rekening worden gehouden met verschillende opleidingsniveaus binnen deze doelgroepen. Daarom is het belangrijk dat de taal zo makkelijk mogelijk gehouden wordt. Het motto is:

Move it or lose it!

Dit motto spreekt de primaire doelgroep aan, omdat jongeren vaak ergens bij willen horen, ofwel: kom in beweging, dan hoor je erbij!

Het motto spreekt ook de secundaire doelgroep aan, omdat deze groep niet houdt van veel praten, maar gewoon doen. Ofwel: niet lullen maar poetsen!

8.6 Middelen

Met de communicatiedoelstelling moet een verandering plaatsvinden in kennis, houding en gedrag van de doelgroep(en). Dit is van invloed op de middelenkeuze. Om een zo groot mogelijk effect te bereiken moet het Sportbureau een mix van middelen inzetten om met de doelgroep(en) te communiceren. Hierbij is gezocht naar een evenwicht tussen effectiviteit (het behalen van de doelstelling) en efficiency (tegen een zo klein mogelijke inspanning, in termen van tijd en geld).

Adviesrapport Sportbureau ROC A12

Om de kosten voor de organisatie zo laag mogelijk te houden, moet het Sportbureau zoveel mogelijk gebruik maken van bestaande middelen, zoals teamoverleggen, het personeelsblad (Rock & Read) en Connect (intranet). Voor het maken van een videofilm moet het Sportbureau gebruik maken van de opleiding Beeld & Geluid. Deze opdracht kan in de vorm van een leertaak door de studenten worden uitgevoerd.

8.7 Doelgroepen-middelenmatrix

Middelen	Primaire doelgroep	Secundaire doelgroep	Intermediaire doelgroep
LED videoscreens	X	X	X
Persoonlijk contact via balie Sportbureau	X	X	
Connectpagina van het Sportbureau (intranet)	X	X	
Nieuwspagina Connect (intranet)	X	X	X
Kick off bijeenkomst		X	X
Medewerkersdag		X	X
Klassikale presentatie / uitleg	X	X	
Routebeschrijvingen naar sportlocaties	X		
Officiële opening Sportcafé en sportpleinen	X	X	X
Persbericht bij officiële opening sportcafé en sportpleinen			X
Tentoonstelling sporttalenten en sportattributen	X	X	X
Promotiefilm Sport4You	X	X	X
Nieuwsbericht verhuizing Sportbureau	X	X	X

8.8 Communicatieplanning

Actie	Datum	Actor
Communicatieadviesrapport ter goedkeuring naar directie	4 juni 2012	Adviseur: Renate van Ingen
Verhuizing Sportbureau naar ServicePunt	Zomervakantie 9 juli – 10 aug 2012	Sportbureau Facilitaire Dienst Helpdesk ICT
Inrichting sportcafé	Herfstvakantie 15 – 19 okt 2012	Leveranciers Facilitaire Dienst
Inrichting sportpleinen	Herfstvakantie 15 – 19 okt 2012	Leveranciers Facilitaire Dienst Sportbureau
Communicatiemiddelen:		
Routebeschrijvingen naar 5 sportlocaties		
- Ontwikkeling	17 aug 2012	Sportbureau
- Drukwerk	24 aug 2012	Repro
Organisatie Kick off bijeenkomst locatie Velp	20 aug 2012	Sportbureau / ROC directie
Organisatie Kick off bijeenkomst locaties Ede en Veenendaal	27 aug 2012	Sportbureau / ROC directie
Promotiefilm Sport4You	27 aug 2012	Opleiding Video Sportbureau
Content intranetpagina Sportbureau updaten	27 aug 2012	Sportbureau
Contactmomenten plannen voor 2012-2013:	6 juli 2012	
Uitleg Sport4You aan L&B docenten	15 juni 2012	
Uitleg Sport4You aan SLB'ers	Lesweek 1 - 2012	Sportbureau
Uitleg Sport4You per klas	Lesweek 2 / 3 – 2012	Sportbureau SLB'er
Uitleg Testjeleestijl per klas	1e L&B les (n.t.b.)	Sportbureau L&B docent
Samenstellen klankbordgroep	21 sept 2012	Sportbureau
Officiële opening Sportcafé en sportpleinen	22 okt 2012	Sportbureau / afdeling MarCom
Medewerkersdag	November 2013	Sportbureau / ROC directie
(tussentijdse) Evaluatie		
Klankbordgroep 1 ^e bijeenkomst (ter plaatse vervolg plannen)	Okt 2012 Dec 2012 Feb 2013 Apr 2013	Sportbureau
Representatieve steekproef 1-meting	1 december 2012	Sportbureau
Representatieve streekproef 2-meting	1 mei 2013	Sportbureau

Adviesrapport Sportbureau ROC A12

8.9 Budget

Voor de uitvoering van het communicatieplan is een (voorlopige) begroting opgesteld, waarbij uitgegaan is van het uitvoeren van zowel de adviezen als de aanbevelingen.

Inrichting sportcafé

LED videoscreens incl. software	€ 7.500,00	
Dug out	€ 1.555,00	
Airhockeytafel	€ 395,00	
Voetbaltafels <i>(reeds aanwezig)</i>	€ 0,00	
Tentoonstelling sporttalenten <i>(10 fotolijsten)</i>	€ 150,00	
Sportattributen <i>(via sponsors)</i>	€ 0,00	
		€ 9.600,00

Inrichting sportpleinen

Basketbalpaal incl. betonfundatie en installatie	€ 1.840,00	
Basketbalring	€ 166,95	
Tafeltennistafel 2 stuks	€ 5.894,00	
Panna Court incl. betonfundatie en installatie	€ 6.164,00	
Voetballen Street Soccer 2 stuks a € 9,95	€ 19,90	
Basketballen 2 stuks a € 9,95	€ 19,90	
Tafeltennisbat 2 sets a € 21,95	€ 43,90	
		€ 14.148,65

Communicatiemiddelen

Routebeschrijvingen naar 5 sportlocaties		
- Ontwikkeling	€ 215,00	
- Drukwerk 550 stuks in kleur à € 0,12	€ 66,00	
Kick off bijeenkomst <i>(gezondheidsgadget à € 5,00)</i>	€ 3.250,00	
Officiële opening Sportcafé en sportpleinen	€ 32.880,00	
Medewerkersdag	€ 20.000,00	
Promotiefilm Sport4You	€ 2.720,00	
		€ 59.131,00

Personele kosten

Contentbeheer intranetpagina Sportbureau <i>(0,5 uur x 40 weken)</i>	€ 859,66	
3 Contactmomenten à 1 uur per klas locatie Ede <i>(3 uur x aantal klassen)</i>	€ 6.708,00	
1 Contactmoment à 1 uur per klas Locaties Velp / Veenendaal <i>(1 uur x aantal klassen)</i>	€ 2.193,00	
		€ 9.760,66

(tussentijdse) Evaluatie

Klankbordgroep 4 bijeenkomsten <i>(4x 1 uur bijeenkomst + 4x 1 uur voorbereidingstijd)</i>	€ 344,00	
Representatieve steekproef nov 2012 <i>(22 uur)</i>	€ 946,00	
Representatieve streekproef maart 2013 <i>(22 uur)</i>	€ 946,00	
		€ 2.236,00

Subtotaal € 94.876,31

Onvoorziene kosten

(10% van het totaalbedrag) € 9.487,63

Totaal € 104.363,94

Bedragen zijn exclusief btw

Toelichting op het budget

Contentbeheer intranetpagina Sportbureau

Op basis van de tijdsspanne van afgelopen studiejaar moet er per week 0,5 uur berekend worden voor het up to date houden van de content van de eigen pagina van het Sportbureau op Connect (intranet). Uitgaande van 40 schoolweken komt dit op jaarbasis op 20 uur. Deze taak wordt uitgevoerd door de projectmedewerker Sportbureau en bij het berekenen is het uurtarief (€43) van deze medewerker gebruikt.

Contactmomenten Sportbureau

De (klassikale) contactmomenten van het Sportbureau met de doelgroepen zijn op de **locatie Ede** berekend op basis van 3 contactmomenten van 1 uur per klas. Voor de berekening is uitgegaan van het aantal klassen in het studiejaar 2011-2012. In dit studiejaar waren er 52 klassen (leerjaar 1 voltijdopleidingen) die deelnamen aan het Sport4You programma.

De (klassikale) contactmomenten van het Sportbureau met de doelgroepen zijn op de **locaties Velp en Veenendaal** berekend op basis van 1 contactmoment van 1 uur per klas, omdat op deze locaties in het studiejaar 2012-2013 alleen de onderdelen Fittest en Testjeleefstijl worden gevolgd. Voor de berekening is uitgegaan van het aantal klassen in het studiejaar 2011-2012. In dit studiejaar waren er op de locatie Velp 40 klassen en op de locatie Veenendaal 11 klassen (leerjaar 1 voltijdopleidingen).

Deze taak wordt uitgevoerd door de projectmedewerker Sportbureau en bij het berekenen is het uurtarief (€43) van deze medewerker gebruikt.

Routebeschrijvingen naar sportlocaties

De ontwikkeling van de routebeschrijvingen gebeurt door de projectmedewerker Sportbureau. Er zijn 5 externe sportlocaties. Per routebeschrijving is 1 uur berekend voor de ontwikkeling. Het drukwerk wordt intern verzorgd door de Repro van ROC A12. Hierbij geldt € 0,12 voor een enkelzijdige kleurenkopie. Studenten volgen 1 of 2 sportclinics op max. 2 locaties. Op basis van deelname aan de clinics in 2011-2012 en de bijbehorende capaciteit is dit als volgt berekend:

Locatie Sportcentrum Physical	: 275 stuks
Locatie Moorfielders	: 50 stuks
Locatie Tesqua	: 50 stuks
Locatie Sporthal de Reehorst	: 100 stuks
Locatie Survival Team Ede	: 75 stuks

Kick off bijeenkomst

Om de kosten voor de organisatie laag te houden, moet de kick off bijeenkomst aansluiten bij de opening van het studiejaar 2012-2013 op alle drie de locaties. Aan het eind van de bijeenkomst wordt een gadget uitgereikt aan alle medewerkers, omdat men er van houdt om wat te (terug) te krijgen en dit zal de betrokkenheid vergroten.

Officiële opening sportcafé en sportpleinen

De opening van het sportcafé moet een officieel tintje krijgen. Kosten voor de catering zijn gebaseerd op het aantal medewerkers inclusief directie (650), externe relaties (uitgaande van 30 personen), 60% van het aantal voltijd mbo-studenten op de locatie Ede (60% van 4000 = 2400) en de media. Omdat het hierbij niet alleen om interne maar ook om externe communicatie gaat, moet het definitieve programma na goedkeuring van de directie in samenwerking met de afdeling Marketing & Communicatie worden opgesteld. Kosten die gemaakt worden voor externe communicatie vallen onder het Marketing & Communicatiebudget.

Medewerkersdag

Voor de medewerkersdag wordt jaarlijks een vast bedrag vastgesteld door de directie. In 2010* was dit bedrag € 20.000,00.

** In 2011 stond de medewerkersdag in het kader van het 15-jarig jubileum, waardoor dit bedrag niet realistisch is om op te nemen in deze begroting.*

Promotiefilm Sport4You

De opdracht voor het maken van de promotiefilm over Sport4You wordt als leertaak aangeboden voor studenten van de opleiding Videotechniek (domein ICT, Beeld & Geluid).

Omdat de opdracht intern wordt uitgevoerd en alle benodigde materialen aanwezig, zal het maken van deze film relatief weinig kosten. De kosten die extra moeten worden berekend, zijn de kosten voor het schrijven van het script en het regisseren van de film. Dit wordt door een docent van de opleiding gedaan. Hier is in totaal 32 uur voor berekend (€ 85 uurtarief).

8.10 Evaluatieonderzoek / effectmeting

Het meten van de effecten van de communicatie in termen van een verandering van kennis, houding en gedrag bij de doelgroepen moet gedaan worden via vervolgmetingen, in navolging op de nulmeting voor dit adviesrapport.

Tussentijdse evaluaties

Omstandigheden veranderen gaandeweg, daarom moet er tussentijds geëvalueerd en bijgesteld worden. Tussentijds evalueren gebeurt door:

- Klankbordgroep bestaande uit 2 docenten, 3 eerstejaars voltijdstudenten, 1 externe sportinstructeur en de projectmedewerker Sportbureau met als doel de communicatie rondom de activiteiten van het Sportbureau te monitoren en bij te sturen;
- In november 2012 een representatieve steekproef (1-meting) houden onder de doelgroep(en) met als doel het in kaart brengen van de kennis over het de activiteiten het Sportbureau.

Eindevaluatie

Aan het eind van studiejaar 2012-2013 moeten de effecten van de communicatie in termen van een verandering van kennis, houding en gedrag bij de doelgroepen gedaan worden via een tweede vervolgmetingen, in navolging op de 1-meting van november 2012.

- In maart 2013 een representatieve steekproef houden onder de doelgroep(en) met als doel het in kaart brengen van de kennis over de activiteiten van het Sportbureau.

Literatuurlijst

- Boeije, H. (2005). *Analyseren in kwalitatief onderzoek*. Amsterdam: Boom Onderwijs
- Reijnders, E. (2008). *Interne communicatie voor de professional*. 2e dr. Assen: Koninklijke Van Gorcum B.V.
- Van Woekom, C., N. Aarts (2008). *Strategische Communicatie, Principes en toepassingen*. Assen: Koninklijke Van Gorcum B.V.
- Floor, J.M.G., W.F. van Raaij (2006). *Marketingcommunicatiestrategie*. 5e dr. Groningen/Houten: Wolters-Noordhoff bv
- Nelis, H., Y. Stark (2009). *Puberbrein binnenstebuiten*. Utrecht/Antwerpen: Kosmos Uitgevers B.V.
- Braas, C., R. van Couwelaar, J. Kat (2006). *Taaltopics, Rapporteren*. 3^e dr. Groningen/Houten: Noordhoff Uitgevers bv
- Heerink, M. (2007). *Praktische schrijfgids*. 3^e dr. Amsterdam: Pearson Education Benelux
- Riezbos, R., J. van der Grinten (2009). *Positioneren, Stappenplan voor een scherpe positionering*. 2^e oplage Amsterdam: Boom Onderwijs
- Van Riel, C.B.M. (2010). *Identiteit & Imago*. 4^e dr. Den Haag: Sdu Uitgevers bv
- Grit, R. (2005). *Project Management*. 4^e dr. Groningen/Houten: Wolters-Noordhoff bv
- Van Ginneken, J. (2009). *De kracht van de zwerm, zelfsturing in de organisatie*. Amsterdam: Uitgeverij Business Contact
- Meier, U., M. Mandemakers (2007). *Kwalitatief Marktonderzoek*. 2^e dr. Groningen/Houten: Noordhoff Uitgevers bv

Geraadpleegde bronnen bij het schrijven van dit adviesrapport:

- Kuijper, S. (2011). *Notitie Sportbureau 2011-2012, 'ROC A12 op weg naar een sportactieve school'*
- Faber, J. (2010). *Masterplan Bewegen en Sport in het MBO, 'van sprint naar duurloop*. Woerden: MBO Raad
- Rapportage Testjeleefstijl.nu (april 2012). *Leefstijl en gezondheid van studenten op ROC A12*.
- Duijvestijn, P. (20 maart 2007). *Benchmark bewegen en sport in het mbo, plan van aanpak*. DSP Groep
- Duijvestijn, P., M. de Groot. (29 juli 2011). *Monitor bewegen en sport in het mbo, meting schooljaar 2010-2011*. DSP Groep
- Hoogendam, A., R. Linger (september 2010). *Onderzoeksrapport: Succesvolle implementatie van sport- en beweegstimuleringsinitiatieven*. Zwolle: Christelijke Hogeschool Windesheim
- Brouwer, B. (1 maart 2012). *5^e Tussenrapportage, Platform Sport, Bewegen en Onderwijs*.
- Steehouder, P., M. Meziani (juli 2007). *Op weg naar sportactieve mbo-instellingen*. 's-Hertogenbosch: CINOP
- Interviews met: A. Geeratz (ROC Zeeland), F. van der Wielen (ROC Nijmegen)
- J. Faber (Deltion College Zwolle) via Platform Bewegen en Sport op LinkedIn.com
- Facilitaire Dienst ROC A12 (6 januari 2011). *Banquetingmap ROC A12*.
- Jaarverslag COG 2010 (ROC A12 maakt deel uit van COG)
- *Jaarverslag 2010 ROC Nijmegen*
- *Jaarverslag 2010 ROC Zeeland*
- *Jaarverslag 2010 Deltion College Zwolle*
- *Jaarverslag 2010 ROC West-Brabant*
- Rinzema, G. (maart 2012). *'Je bent wie je kent' over gedragsbeïnvloeding en social media*. Academie voor Overheidscommunicatie
- Mijland, E. (red.), *Ideeënboek Sociale media in het onderwijs*, Middelbeers 2011
- www.mboraad.nl
- www.platformbewegenensport.nl
- www.mbodiensten.nl
- www.nisb.nl
- www.tno.nl
- www.a12.nl
- a12.sportopmaat.nl
- www.testjeleefstijl.nu
- www.buitenspeelgoed.com
- www.dugoutexpert.nl
- www.wikipedia.com
- Minkjan, P. (2011). Facebook in Nederland: Een analyse. In: *Marketingfacts, platform voor interactieve marketing*. http://www.marketingfacts.nl/berichten/20110121_facebook_in_nederland_een_analyse/ (10 januari 2012)
- Valkenburg, J. (2011). Alles wat je wil weten over Facebook – Nederlandse feiten & cijfers 2011. In: *Recruiting Roundtable Nederland*. <http://www.recruitingroundtable.nl/2011/09/21/facebook-nederlandse-feiten-cijfers-2011/#.TwyOv29f5iM> (10 januari 2012)
- Rijnbeek, D. (2011) Terugblik: Kunnen we nog sporten zonder smartphone en social media? In: *Sportnext*. http://www.sportnext.nl/berichten/20111229_terugblik_kunnen_we_nog_sporten_zonder_smartphone_en_social_media (30 december 2011)

Begrippenlijst

SLB	=	studieloopbaanbegeleider
L&B	=	Loopbaan & Burgerschap
S&B	=	Sport & Bewegen
BOL	=	Beroeps Opleidende Leerweg
CvB	=	College van Bestuur
ROC	=	Regionaal Opleidings Centrum
SKP	=	Sport Keuze Programma
S4Y	=	Sport4You
hbo	=	hoger beroeps onderwijs
mbo	=	middelbaar beroeps onderwijs
STT	=	Sport Talenten Traject
NK mbo	=	Nederlands Kampioenschap voor mbo's

Bijlagen

1. Plan van aanpak
2. Werkwijze Sportbureau ROC A12
3. Beleidsthema's voortkomende uit het Masterplan Bewegen en Sport in het MBO
4. Interviews Benchmark met: Astrid Geeratz (ROC Zeeland), Frans van der Wielen (ROC Nijmegen) en Jan Faber (Deltion College Zwolle) via Platform Bewegen en Sport op LinkedIn.com
5. Enquête inclusief resultaten enquête
6. Verslag focusgroep

BIJLAGE 1

Plan van aanpak



Sportbureau



Plan van aanpak

Auteur: Renate van Ingen

Studentnr.: 1094498

Afstudeerbegeleider: Henny Beijer

Opleiding: Communicatiemanagement

Hogeschool van Utrecht

Hoofdvraag

‘Hoe moet Sportbureau ROC A12 voor 1 november 2012 75% van de eerstejaarsstudenten bereiken en overhalen tot deelname aan sportactiviteiten?’

Deelvragen:

1. Hoe moet Sportbureau zich positioneren bij de doelgroep(en)?
2. Hoe kan sport ‘top of mind’ worden?
3. Op welke wijze moet het Sportbureau de doelgroep(en) informeren over de meerwaarde van sport in het onderwijs?
4. Hoe overtuigt het Sportbureau de doelgroep van het belang van bewegen en sport?

Doelstelling onderzoek

Doel van dit onderzoek is het in kaart brengen van de doelgroep(en), waar zij hun informatie vandaan halen en hoe zij over te halen zijn tot deelname aan sportactiviteiten.

Onderzoeksvragen:

1. Hoeveel eerstejaars studenten kent ROC A12 per locatie?
2. Hoeveel % van de doelgroep maakt gebruik van social media? Van welke social media?
3. Welke communicatiekanalen zijn er binnen ROC A12?
4. Welke communicatiekanalen gebruikt de doelgroep bij het zoeken naar of verkrijgen van informatie over schoolactiviteiten?
5. Welke afdelingen binnen ROC A12 hebben hetzelfde doel als het Sportbureau: ‘het bereiken van de studenten over school-/studieactiviteiten’?
6. Wat is de toegevoegde waarde van sport voor de doelgroep(en)?
7. Wie hebben invloed op de doelgroep?
8. Wanneer gaat de doelgroep deelnemen aan sport? (intrinsieke motivatie?)
9. Wat zijn landelijke trends en ontwikkelingen en hoe gaan andere mbo-instellingen hiermee om?

Onderzoeksopzet

Deskresearch:

- o Op organisatieniveau
- o Op doelgroepniveau
- o Op communicatiemiddelenniveau

Fieldresearch

- o Kwantitatief: opstellen en afnemen enquête onder doelgroep(en)
- o Kwalitatief: focusgroep uit respondenten

Benchmark

- o Omgevingsanalyse

Analyse

Uitkomsten uit bovenstaand onderzoek moeten geanalyseerd worden en zullen beschreven worden in een interne analyse, doelgroepanalyse en omgevingsanalyse.

Middelen

De benodigde middelen voor het uitvoeren van de latere aanbevelingen zullen uitgedrukt worden in geld, tijd, technische mogelijkheden, ondersteuning en informatiebronnen.

Voorlopige rapportindeling

- Samenvatting
- Inhoudsopgave
- Inleiding
- Probleemvraag + deelvragen
- Onderzoeksmethode
- Doelgroep
- Conclusie en aanbevelingen

(tussen)producten

- Resultaten deskresearch
- Aanbevelingen
- Eindrapport
- Presentatie
- Budget
- Tijdsspanne

Planning

Deadline	Wat
5 april 2012	Plan van aanpak Probleemvraag + deelvragen
6 april 2012	Afspraak afstudeerbegeleider
11 april 2012	Inleiding
11 april 2012	Deskresearch in- + extern + doelgroep
13 april 2012	Interne analyse
15 april 2012	Benchmark
20 april 2012	Afspraak afstudeerbegeleider
29 april 2012	Enquête doelgroep(en)
15 mei 2012	Interviews doelgroep(en)
1 mei 2012	Doelgroepanalyse
4 mei 2012	SWOT
10 mei 2012	Conclusie en aanbevelingen (incl. campagne)
11 mei 2012	Budget
12 mei 2012	Planning
13 mei 2012	Samenvatting
13 mei 2012	Conceptrapport gereed
14 mei 2012	Afspraak afstudeerbegeleider
16 mei 2012	Concept inleveren
16 mei t/m 3 juni 2012	Aanpassen conceptrapport
25 mei 2012	Afspraak afstudeerbegeleider
4 juni 2012	Eindrapport inleveren
25-29 juni 2012	Mondeling examen

BIJLAGE 2

Werkwijze
Sportbureau

Werkwijze Sportbureau ROC A12

Het Sportbureau werkt met 4 programmalijnen, waarbinnen diverse activiteiten en projecten zijn geclusterd. Deze programmalijnen zijn:

- Sport4You
- Sport@Work
- Sport Talenten Traject
- Sport Events

Sport4You (projectcoördinator/ projectmedewerker)

De ontwikkeling en de organisatie van sport- en bewegingsactiviteiten voor studenten;

- 1) Inpassen van de loopbaan en burgerschapscompetenties middels sport (sportprogramma waarmee in het eerste cursusjaar de dimensie vitaal burgerschap wordt afgerond bij de voltijdstudenten van alle opleidingen op de locatie Ede). Dit bestaat uit:
 - a) Fittest (uitvoering i.s.m. opleiding S&B)
 - b) Leefstijltest (uitvoering i.s.m. SLB'ers van de opleiding)
 - c) Verbeter/ ontwikkelplan (uitvoering/begeleiding door SLB'er van de opleiding)
 - d) SportKeuzeProgramma (organisatie clinics door Sportbureau en uitvoering door docenten S&B/ stagiair ALO)
- 2) Organisatie van het reguliere sportprogramma in samenwerking met het team Sport & Bewegen. Hieronder vallen de volgende activiteiten:
 - a) opleidingsgebonden sportles binnen de opleiding
 - b) sportgerelateerde activiteit als sportdag of sporttoernooi
 - c) Nationale Sport Week/ Gezonde Week
- 3) Deelname binnen een ROC A12 sportteam (selectie) in voorbereiding op een NK MBO sporttoernooi
- 4) Calibris leerbedrijf voor studenten S&B en studenten SGM

Sport@Work (projectmedewerker)

De ontwikkeling en de organisatie van sport- en bewegingsactiviteiten voor het personeel;

- 1) Bedrijfssport: fitness&sport, toernooien en sportactiviteiten
- 2) Running Team ROC A12: deelname regionale loopevenementen
- 3) Nationale Sport Week/ Gezonde Week

SportEvents (projectcoördinator/ projectmedewerker/ studenten projectteam)

Voor de programmalijn SportEvents wordt veelal het studenten projectteam ingezet.

Hun kerntaken zijn:

- 1) Het voorbereiden, organiseren en uitvoeren van interne en externe sportprojecten en evenementen (Proeve 2).
- 2) Het coördineren van de inzet van 1e en 2e jaars studenten S&B binnen interne en externe sportprojecten en evenementen (BPV, 3e leerjaar).

Voorbeelden zijn:

 - Sportstimuleringsprojecten bij verschillende sportorganisaties en Sportservicepunten
 - Sportondersteuning binnen het basisonderwijs
 - Medewerking bij sportevenementen (bv. Berg tot Berg race)
 - Organisatie Sport Zone tijdens Open avonden/ Open dag (3x p.jr.)
 - Werving/selectie en pr rondom de verschillende NK MBO toernooien (plm. 6x p.jr.)
 - Organisatie van ROC A12 sporttoernooien voor studenten (6x p.jr.)

Sport Talent Traject (projectcoördinator)

De begeleiding en uitzetten van individuele (studie)trajecten voor sporttalenten en de organisatie van de Kick-Off en themabijeenkomsten.

BIJLAGE 3

Beleidsthema's
uit Masterplan
Bewegen en Sport
in het mbo

Beleidsthema's¹

Er zijn 10 beleidsthema's geformuleerd die volgen uit het Masterplan Bewegen & Sport MBO. Voor deze thema's heeft een prioritering plaatsgevonden (binnen de aanvraag van de subsidie) voor het toekomstig beleid. De thema's houden verband met de realisatie van een sportactieve school en geven per thema weer wat de gewenste situatie is binnen ROC A12 voor het schooljaar 2011-2012.

Thema 1: Interne Organisatie (Sportbureau & Sportcoördinator) (PRIORITEIT)

Er is een aanbod van verschillende (sport)clinics waar 1^e jaars studenten aan deelnemen in kader van het bereiken van de 5% norm. Dit onderdeel wordt opgenomen in het domein OER 2011-2012 (voor locatie Ede).

Er heeft een uitbreiding plaatsgevonden naar 2,0 fte voor het Sportbureau in verband met de uitvoering van het sportactief beleid en activiteiten daaromtrent om het sportprogramma verder te kunnen uitzetten. Daarna financieren de opleidingen dit uit hun eigen budgetten die reeds ingezet worden voor L&B.

Er is een schoolbreed beweegplan aanwezig op het ROC A12. Op dit moment wordt een project opgestart: "voeding, sport, bewegen en gezondheid" binnen het programma Kenniscampus Ede en regio Food Valley/de Vallei met acht andere organisaties. In eerste instantie worden scenario's verkend waarbij ROC A12 het voortouw neemt om tot duurzame samenwerkingsverbanden en ketenafspraken te komen met verschillende instanties.

Besluitvorming is nodig op gebied van:

- inhoud en haalbaarheid van het SportKeuzeProgramma voor de 1^e jaars studenten op de locatie Ede
- uitbreiding van het Sportbureau in de aanstelling van sportcoördinator, projectmedewerker en uitbreiding team S&B
- financieel beleid na 2011-2012

Thema 2: Interne Communicatie (naar studenten en organisatie) (PRIORITEIT)

90% van de studenten en medewerkers zijn bekend met het Sportbureau en haar programma aanbod. Het Sportbureau bevindt zich op een logische, strategische plek in het gebouw en is gemakkelijk toegankelijk via verschillende media. Op de andere locatie is de bekendheid nihil.

Toename participatie van ROC A12 sportactiviteiten van het regulier programma door studenten en medewerkers met 10% t.o.v. huidige situatie. 22% van de huidige eerstejaars studenten bij ROC A12 geeft aan dat hij/zij graag wil meedoen met sportieve (neven)activiteiten als deze door de school worden georganiseerd. Dit aandeel moet omhoog naar 40%.

Er geldt een breed gedragen visie op sport door directie en CvB. Zij hebben vastgesteld dat sport en gezondheid een speerpunt wordt binnen ROC A12 en dat ROC A12 het voortouw neemt om partners in de regio te binden als het gaat om samenwerking op het gebied van sport, voeding en gezondheid en gezamenlijke benutting van elkaars onderwijs en sportfaciliteiten.

Besluitvorming is nodig op gebied van:

- relocatie van het Sportbureau en de inrichting van de Sport Zone binnen gebouw
- onderzoek naar deelname aan regulier sportprogramma
- hoe creëren we een breed draagvlak binnen de school

¹ Onderdeel van het Masterplan Bewegen en Sport in het mbo

Thema 3: Gezonde School (PRIORITEIT)

In 2012 is de bewustwording van gezondheid onder de studenten vergroot door middel van uitvoering van projecten die binnen LLB kerntaak 7 liggen en ingezet zijn. Alle 1^e jaars studenten hebben een leefstijltest gedaan.

In 2012 is de bewustwording van gezondheid onder medewerkers vergroot en is het streven om het ziekteverzuim terug te brengen met 1% t.o.v. 2009. Via het project voeding en sport binnen kenniscampus Ede en Food Valley zijn minimaal 2 duurzame samenwerkingsverbanden aangegaan met partners in de regio.

In 2012 beschikt de schoolkantine over een uitgebreid gezond assortiment.

Thema 4: Testjeleefstijl.nu

In 2012 is het instrument Testjeleefstijl.nu geïmplementeerd binnen elke opleiding van ROC A12 en maakt het gebruik onderdeel uit van het lesaanbod rond vitaal burgerschap voor de student.

Thema 5: Voortijdig schoolverlaten (PRIORITEIT)

Meer studenten willen deelnemen aan sportieve (neven)activiteiten van school en voelen zich daardoor meer gebonden aan ROC A12 en de opleiding (2010-2011 nog 22%). Elke eerstejaars student heeft een leefstijltest gedaan en vervolgadvis gekregen (2012-2013). De waardering van de sfeer bij de opleiding en ROC A12 is hoger (zie JOBmonitor).

Doelstelling voor 2012 is een uitval van max. 11-12%. Dit verdient aandacht bij ROC A12 en mogelijk kan de rol van sport hier iets aan veranderen.

Besluitvorming is nodig op gebied van:

- wat is de relatie binnen dit thema en de inzet van het SKP programma; goede formulering / draagvlak vanuit ROCD is hiervoor nodig. Willen we het VSV ook daadwerkelijk naar beneden krijgen met sport?
- welke instrumenten gebruiken we hiervoor?

Thema 6: Bedrijfsport (BRAVO voor medewerkers)

In 2012 is er een toename gerealiseerd van 50% van de deelname aan interne sporttoernooien en evenementen door medewerkers van ROC A12. In 2012 is er een toename van 25% aan bedrijfsfitness gerealiseerd in Ede en is er een mogelijkheid gecreëerd voor de medewerkers in Velp en Veenendaal met een plaatselijke sportschool.

Thema 7: Schoolsport

In 2012 heeft er een uitbreiding van interne sporttoernooien plaatsgevonden van 2 naar 4.

In 2012 is de bekendheid en de deelname aan de NK MBO sporttoernooien vergroot. Hierdoor wordt in 2012 aan minstens aan 6 toernooien deelgenomen.

Thema 8: Kaderopleidingen

Er worden samenwerkingsverbanden gesloten met sportbonden. In 2012 worden de aangeboden sportkader opleidingen ook aangeboden voor studenten die niet de opleiding S&B volgen.

Thema 9: Topsport (PRIORITEIT)

De naamsbekendheid van het Sport Talent Traject is vergroot binnen en buiten ROC A12. Dit wordt onderzocht middels een enquête door het Sportbureau en komt mede tot uiting door een toename van het aantal deelnemers in het STT van 10 in 2010 naar 16 in 2012. Er is sprake van meer structureel contact tussen de topsportcoördinator met de deelnemers in het STT waarin een betere begeleidingstraject is vormgegeven.

Besluitvorming is nodig op gebied van:

- werken met het nieuwe topsportaddendum voor het MBO
- op welke wijze eenduidigheid en medewerking creëren in kader van begeleidingstrajecten (nu: veel onbekendheid + verschillende handelswijze)

Thema 10: Olympisch Plan 2028

Binnen het project voeding en sport binnen kenniscampus Ede en Food Valley. worden scenario's verkend waarbij ROC A12 het voortouw neemt om tot duurzame samenwerkingsverbanden en ketenafspraken te komen met verschillende instanties te komen, verkend wordt tevens op welke wijze kan worden aangehaakt bij dit plan.

Huisvesting & werkruimte Sportbureau

Het Sportbureau bevindt zich een 'sportieve' omgeving binnen het gebouw van ROC A12. De huidige locatie (G0.01) voldoet hier niet aan. Ter verbetering van bereikbaarheid, toegankelijkheid en zichtbaarheid dient de kantoorruimte voor het Sportbureau zich te bevinden op een locatie die hieraan voldoet. Bij voorkeur nabij het Servicebureau voor studenten, dat gesitueerd is bij het schoolrestaurant.

In eerste instantie dient één afgesloten (of af te sluiten) werkplek voor de projectcoördinatoren, projectmedewerker en vier/vijf werkplekken voor het studentenprojectteam. De kantoorruimte dient voorzien te zijn van meubilair, pc's of laptop(s), printer, fax, kopieerapparaat, Internetaansluiting, netwerk, één telefoonlijn op de werkplek voor de projectcoördinatoren/projectmedewerker en één telefoonlijn op de werkplek voor studenten.

BIJLAGE 4

Interviews Benchmark

ROC West-Brabant

Jef Mahieu

Projectleider en teamvoorzitter MultiMove op ROC West-Brabant

De problemen die je schetst komen me heel bekend voor. Na 17 jaar ervaring met het draaien van ons programma zijn die zaken nog steeds een belangrijk punt van aandacht. Communicatie is het sleutelwoord. Maar ook het luisteren naar de wensen van de doelgroep en daar bij aan proberen te sluiten.

Wat wij nu ieder jaar doen is het in kaart brengen van zoveel mogelijk gegevens rondom de klassen met studenten die aan ons programma meedoen. Dus:

- de precieze klassencode, zowel in de digitale administratie als de code op het rooster (want die wijken nog weleens af).
- Het exacte aantal studenten. De precieze technische datagegevens van de studenten, inclusief hun foto's.
- De contactgegevens van mentor/loopbaanbegeleider per klas.
- Het rooster van de klassen.
- De jaarplanning van het opleidingsteam en de verantwoordelijke van deze planning en de opname van ons in zijn/haar mailinglist.
- Het systeem van taken, bevoegdheden en verantwoordelijkheden ten aanzien van rooster(wijzigingen), jaarkalender en jaarplanning van stages, evenementen, toetsweken, speciale weken, excursies etc. en zorgen dat wij daarmee in contact blijven.
- Het vastleggen van besluiten die ons aangaan door het management en daarover communiceren met de lagen onder het management (opleidingsteam, afdelingen, locaties). We laten bijvoorbeeld vastleggen dat het roostermoment niet zo maar gewijzigd kan worden.

Als wij onze roosters en jaarplannen op orde hebben dan leggen wij die ter beoordeling voor aan de opleidingsverantwoordelijken en passen daarna eventueel nog aan. Vervolgens laten we hen onze jaarplanning geïntegreerd opnemen in hun jaaragenda.

Wij positioneren ons door de meerwaarde van ons programma in beeld te brengen. We hebben daarvoor flyers en een promofilm. We doen het hele jaar verslag op de portal van evenementen en toffe activiteiten. We laten medewerkers gratis meesporten en stimuleren dat. Wij zorgen dat we zelf het proces de studenten monitoren, maar schakelen wel de loopbaanbegeleiders daarbij in. We hebben een presentatie voor opleidingsteams waarin we laten zien hoe het met de leefstijl van MBO studenten is gesteld. Leefstijl beïnvloeding is namelijk het uitgangspunt van ons programma.

Wij bieden niet alleen sport aan. Maar we besteden lessen en workshops aan leefstijlonderwerpen. Het komend studiejaar gaan we dat helemaal geïntegreerd doen tijdens sportactiviteiten. Voorheen deden we het nog wel in een theorielokaal, maar daar stappen we van af. Geen theorie meer, maar al doende. Overtuigen is een verkeerd uitgangspunt. Verleiden is onze aanpak.

Datum: 16 mei 2012

ROC Zeeland

Astrid Geeratz - van Breukelen

Projectleider Sport & Beweging

Bij ons ROC is sport nooit weggeweest van het lesrooster, dat scheelt enorm veel. Sport is de normaalste zaak van de wereld bij ROC Zeeland en wordt niet ter discussie gesteld.

We zitten nu midden in een fusie en alle vakken worden tegen het licht gehouden, maar voor sport is er zelfs een minimumnorm vastgesteld zodat het niet kan verdwijnen. Natuurlijk gaan een aantal opleidingen precies op de minimumnorm zitten, maar het grootste deel zet meer sport op het rooster dan vereist.

Het CvB is sport-minded en staat achter onze acties. (Belang van sport is niet opgenomen in het jaarverslag). Alle informatie gaat via de vaste sportdocent, wij kiezen voor klassikale lessen in plaats van workshops/clinics, want alleen op die manier kan je leerlingen aanspreken op gedrag, zijn ze te volgen en worden ze gemist. Dit werkt goed voor de presentie en inzet.

Nu proberen we door middel van Testjeleefstijl.nu ook combinaties te maken met andere vakken zodat gezondheid op meerdere vlakken besproken wordt. Ook hier zien we veel verschillen in opleidingen. Sommige opleidingen praten met studenten alleen over studiepunten en de opleiding, andere opleidingen zijn gewend om bijna alles bespreekbaar te maken. In dit opzicht kunnen docenten veel van elkaar leren.

Wat voor ROC Zeeland een groot winstpunt is geweest afgelopen jaar is dat we een actief project uitgevoerd hebben met de werknemers. Dit project heet 'Enjoy'. We hadden eerst een kick off met workshops, daarna een health check en vervolgens activiteiten zoals: vetarm/cholesterolarm koken, start to run, spreekuur voedingsdeskundige, spreekuur coaching, lasertherapie stoppen met roken enz. Alle docenten waren zelf ook bezig met hun gezondheid en als ze dit durven uitspreken naar leerlingen schept dit een band en het werkt aanstekelijk.

Ook leveren we wekelijks 2500 stuks fruit af in de docentenkamers. In plaats van de kroketten te verbieden hebben we een gezond fruitje neergezet. Dit werd door de medewerkers gewaardeerd en er werd dankbaar gebruik van gemaakt. Tijdens de 'Enjoy' momenten hadden we flyers en een goodybag. Iedereen is dol op het krijgen van dingen. Bij vitaliteit hoort ook lekker in je vel zitten, dus een goodybag met een lekker luchtje, een gezonde reep, een gel, tegoedbonnen, een hardloophesje, etc. Zolang de medewerkers niet alleen dingen "moeten" maar ook wat krijgen gaat het goed. Bij de medewerkers helpt het erg dat het project geen bedrijfssport heet maar 'Enjoy', want zodra het woord sport er in voorkomt, haakt de helft al af! Dat is met leerlingen ook vaak het geval.

Datum: 10 mei 2012

ROC Nijmegen

Frans van der Wielen

Projectleider Sport op Maat en Testjeleefstijl.nu

Bij ROC Nijmegen verloopt de communicatie naar studenten over het sportprogramma via de sportcoördinatoren en de sportdocenten. Het SportKeuzeProgramma bestaat uit sportclinics, waar studenten zelf een keuze uit kunnen maken. Sport wordt dus niet klassikaal aangeboden. De sportlessen worden voornamelijk gegeven door eigen sportdocenten. Het voordeel hiervan is dat deze docenten de studenten kennen, waardoor de studenten makkelijker aangesproken kunnen worden op hun gedrag, absentie, inzet, etc. De aanwezigheidsregistratie wordt door de sportdocenten zelf geadministreerd.

Om draagvlak te krijgen voor het sportprogramma is een start gemaakt bij het College van Bestuur. Zij hebben naar de organisatie uitgedragen dat zij een gezonde leefstijl, bewegen en sport belangrijk vinden. Dit hebben zij onder meer gedaan door dit extra onder de aandacht te brengen tijdens personeelsbijeenkomsten.

Daarbij moet wel aangetekend worden dat bij ROC Nijmegen het belang van een gezonde organisatie wel heeft opgenomen in het jaarverslag 2010, echter is dit gericht op de medewerkers en niet op de studenten. Ook ROC Nijmegen heeft te maken met dalende inkomsten, waardoor er bezuinigd zal moeten worden op o.a. personele kosten en kosten van gebouwen. Op dit moment is nog niet duidelijk wat dit betekent voor de continuering van het sportprogramma.

Datum: 16 april 2012

Deltion College Zwolle

Jan Faber

Projectleider Sport Expertise Centrum

Projectleider 'Masterplan bewegen en sport mbo'

Bij het Deltion College in Zwolle is het Sportprogramma beschreven in een Proeve van Bekwaamheid, die valt onder dimensie Vitaal Burgerschap. De Proeve van Bekwaamheid bestaat uit een drietal werkprocessen. Voor het uitvoeren van de werkprocessen en kerntaken moet de student beschikken over specifieke competenties die komen uit de kwalificatie-eisen loopbaan en burgerschap. De competenties moeten behaald worden door deel te nemen aan het leefstijlprogramma Testjeleefstijl.nu en het Sport Keuze Programma.

Om de communicatie naar de teams en de studenten te vergemakkelijken heeft het Deltion College per sector een sectorverantwoordelijke aangesteld. Deze persoon heeft de volgende taken:

1. De namen achterhalen van de studieloopbaanbegeleiders die verbonden zijn aan de SportKeuze klassen.
2. Informatievoorziening naar de studieloopbaanbegeleiders, opleidingsmanagers en studenten.
3. De absentie en inschrijfverplichtingen controleren en indien nodig contact zoeken met desbetreffende studieloopbaanbegeleiders.
4. Op aanvraag teamvergaderingen bijwonen.
5. Aangeven wanneer het SportKeuzeProgramma is afgerond met de daarbij behorende resultaten.

Datum: 18 april 2012

BIJLAGE 5

Enquête
incl. resultaten

Enquete Sportbureau ROC A12

Vul de enquête in en maak kans op een VVV-bon!

Dit schooljaar heb jij meegedaan aan het sportprogramma Sport4You, dat werd georganiseerd door het Sportbureau van ROC A12. Wij hebben gemerkt dat jij als student niet altijd op tijd de informatie hebt gekregen over de activiteiten. Om dit te kunnen verbeteren hebben wij jouw hulp nodig!

We willen je vragen om deze enquête voor ons in te vullen, zodat wij jou en je medestudenten voortaan beter en op tijd kunnen informeren.

Onder alle studenten die deze enquête voor 29 april 2012 invullen verloten wij VVV-bonnen.

Algemene vragen

Eerst volgen er twee algemene vragen over jou als student.

***1. Ik ben een**

- ☐ Man
- ☐ Vrouw

***2. Ik volg een opleiding bij de afdeling**

- | | |
|--|---|
| ☐ Zorg en Welzijn | ☐ Mechatronica |
| ☐ Horeca, Toerisme & Recreatie | ☐ Bouwkunde |
| ☐ Handel, Economie & Administratie | ☐ Sport & Bewegen |
| ☐ ICT | ☐ Orde & Veiligheid |
| ☐ Beeld & Geluid | ☐ Wellness |

Social media

De volgende vragen gaan over het gebruik van social netwerken, zoals Facebook, Hyves, Twitter etc.

***3. Maak je gebruik van sociale netwerken (bv. Facebook, Twitter, Hyves)?**

- ☐ Ja
- ☐ Nee

Social media

***4. Welk middel gebruik je het meest voor het bijhouden van je sociale netwerken?**

- ☐ Smartphone (of andere mobiele telefoon)
- ☐ Computer

Social media

5. Welke sociale netwerken gebruik je? (meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Hyves
- ☐ Facebook
- ☐ Twitter
- ☐ Google+
- ☐ Andere, nl:

Social media

***6. Om er achter te komen welke sociale netwerken het meest gebruikt worden door 1e jaars studenten van ROC A12, vragen wij je om per social netwerk aan te geven hoe vaak jij er gebruik van maakt.**

	zeer vaak	regelmatig	soms	nooit
Hyves	☐	☐	☐	☐
Facebook	☐	☐	☐	☐
Twitter	☐	☐	☐	☐
Google+	☐	☐	☐	☐
Anders	☐	☐	☐	☐

Als je hebt aangegeven dat je andere sociale netwerken gebruikt, geef dan hier aan welke dit zijn:

Social media

***7. Welke social media van ROC A12 ken je? (meerdere antwoorden mogelijk)**

- ☐ Hyves
- ☐ Facebook
- ☐ Twitter (@ROCA12online)
- ☐ Facebook Sportbureau
- ☐ Twitter Sportbureau (@sportROCA12)
- ☐ Geen van bovenstaande
- ☐ Andere, nl:

Communicatie

De volgende 2 vragen gaan over de communicatie van ROC A12 naar jou als student.

***8. ROC A12 maakt gebruik van verschillende middelen om studenten te informeren. Welke ken je?**

- ☐ Connect (het intranet)
- ☐ E-mail (studentenmail)
- ☐ Schoolmonitoren (o.a. voor roosterwijzigingen)
- ☐ Posters
- ☐ Wegwijzer (informatie voor studenten die je ontvangt in de introductieweek)
- ☐ Geen van bovenstaande

Communicatie

9. Via welke middelen kan ROC A12 jou het beste bereiken? (max. 4 keuzes)

- | | |
|---|--|
| ☐ Connect (intranet) | ☐ Wegwijzer |
| ☐ E-mail (studentenmail) | ☐ Facebook |
| ☐ E-mail (privémail) | ☐ Twitter |
| ☐ SMS | ☐ Hyves |
| ☐ Schoolmonitoren | ☐ Via mijn SLB'er |
| ☐ Posters | |
| ☐ Anders, nl: | |

Sportbureau ROC A12

Nu volgen nog een paar vragen over de bereikbaarheid van het Sportbureau van ROC

A12.

***10. Heb je wel eens gehoord van het Sportbureau?**

- ☐ Ja
- ☐ Nee

Sportbureau ROC A12

***11. Wanneer heb je voor het eerst gehoord van het Sportbureau?**

- ☐ Tijdens de fittest
- ☐ Om te kunnen inloggen in Testjeleefstijl
- ☐ Voor het inschrijven van sportclinics
- ☐ anders, nl.:

Sportbureau ROC A12

***12. Weet je waar je het Sportbureau kunt vinden?**

- ☐ Ja, het is makkelijk te vinden
- ☐ Ja, maar het is wel even zoeken
- ☐ Nee, ik zou het niet weten

Sportbureau ROC A12

***13. Heb je de pagina van het Sportbureau op Connect wel eens bezocht?**

- ☐ Ja
- ☐ Nee

Sportbureau ROC A12

***14. Heb je wel eens contact gehad met het Sportbureau?**

- ☐ Ja, per e-mail
- ☐ Ja, per telefoon
- ☐ Ja, via de balie van het Sportbureau
- ☐ Ja, via Sport op Maat
- ☐ Ja, via Facebook of Twitter
- ☐ Nee

Sportbureau ROC A12

15. Als je een vraag hebt over het sportprogramma, hoe zou je dan het liefst contact opnemen met het Sportbureau? (max. 2 antwoorden)

- ☐ Per e-mail
- ☐ Per telefoon
- ☐ Via de balie van het Sportbureau
- ☐ Via chat (bv. Facebook chat)
- ☐ Via social media (bv. een vraag stellen via Twitter of Facebook)
- ☐ Via het programma Sport op Maat
- ☐ Via een eigen website van het Sportbureau
- ☐ Anders, nl.:

Sportprogramma Sport4You

Je bent alweer bij de laatste vragen aangekomen. De volgende vragen gaan over het sportprogramma voor 1e jaars studenten.

***16. Wanneer zou je het liefst een sportles volgen?**

- ☐ In de ochtend
- ☐ In de middag
- ☐ Maakt niet uit, als het maar aansluit op mijn rooster
- ☐ Na schooltijd

Sportprogramma Sport4You

***17. Om het volgen van het sportprogramma voor jou als student aantrekkelijker te maken, onderzoeken wij een manier om hier invulling aan te geven. Wanneer zou jij zeker alle lessen volgen?**

- ☐ Als ik er bepaalde competenties (vaardigheden) mee kan afsluiten.
- ☐ Als ik er straks makkelijker een baan door krijg (bv. door een extra aantekening op mijn diploma dat ik een fitte en vitale werknemer bent).
- ☐ Als ik een speciale cursus zou kunnen volgen (bv. voetbalscheidsrechter of vechtsportleraar).
- ☐ Als ik kan trainen om mee te doen aan een Nederlands Kampioenschap voor mbo scholen
- ☐ Anders, nl.:

Sportprogramma Sport4You

***18. Wat maakt sporten op school voor jou leuker?**

- ☐ Zelf een sport kunnen kiezen
- ☐ Met mijn eigen klas sporten
- ☐ Deelnemen aan een sporttoernooi (bv. zaalvoetbal of volleybal)
- ☐ Als de lessen door een bekende sporter worden gegeven
- ☐ Ik sport liever in mijn eigen tijd
- ☐ Ik vind sporten niet leuk
- ☐ Anders, nl.:

Laatste vraag...

***19. Dit is de laatste vraag van deze enquête. Heb je verder nog ideeën of opmerkingen naar aanleiding van deze vragenlijst?**

Kans maken op een VVV-bon?

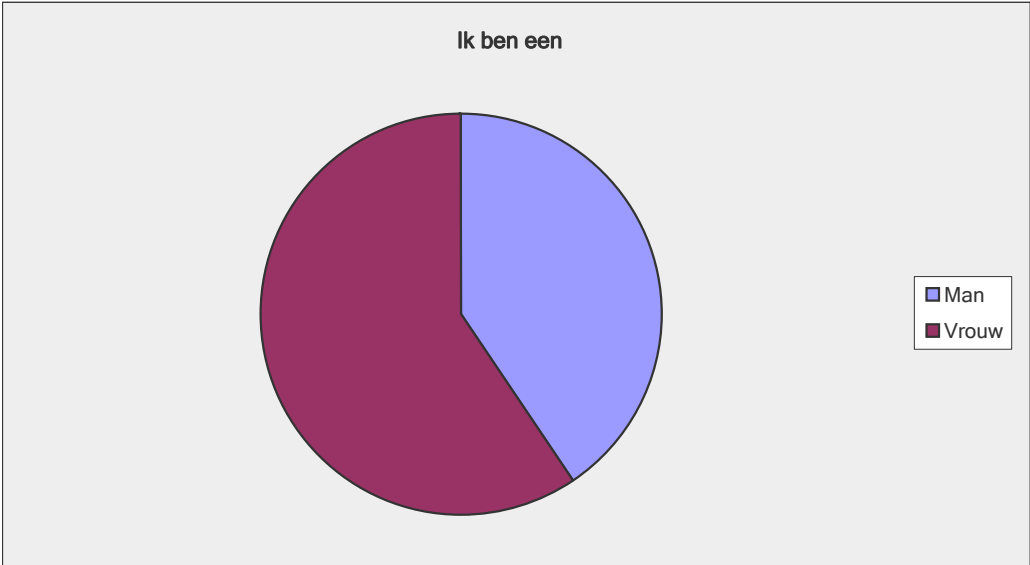
Het team van het Sportbureau vindt het helemaal top dat je deze enquête hebt ingevuld. Bedankt voor je hulp!

20. Wil je kans maken op één van de VVV-bonnen? Vul dan hieronder je e-mailadres in.

Resultaten enquête Sportbureau primaire doelgroep

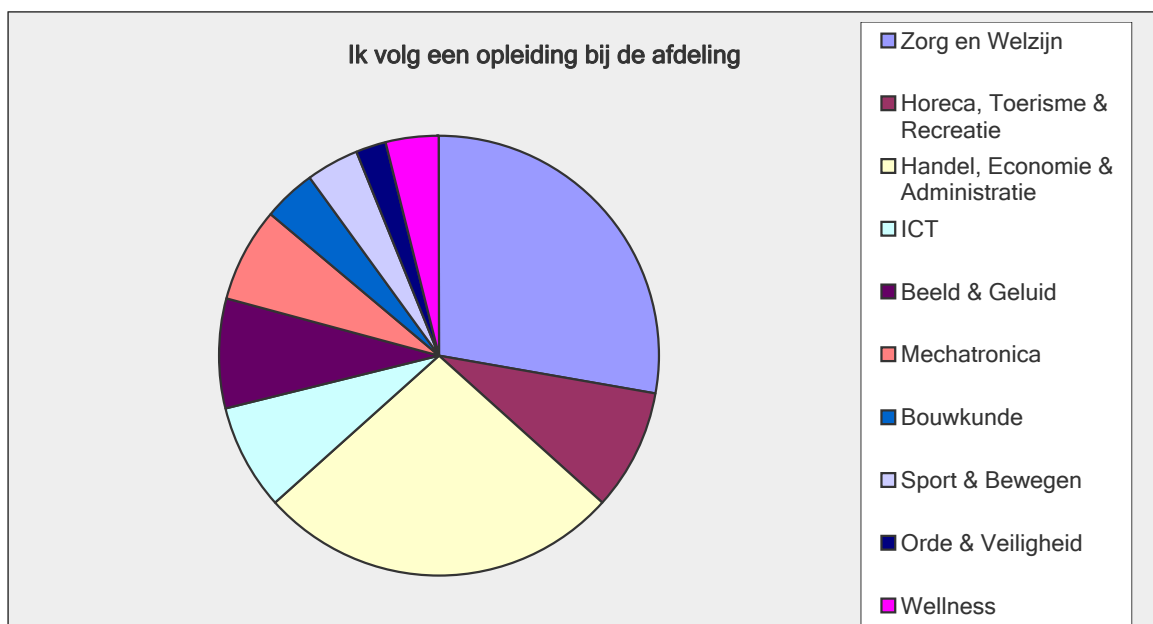
Sportbureau

Ik ben een		
Answer Options	Response Percent	Response Count
Man	40,6%	82
Vrouw	59,4%	120
answered question		202
skipped question		0



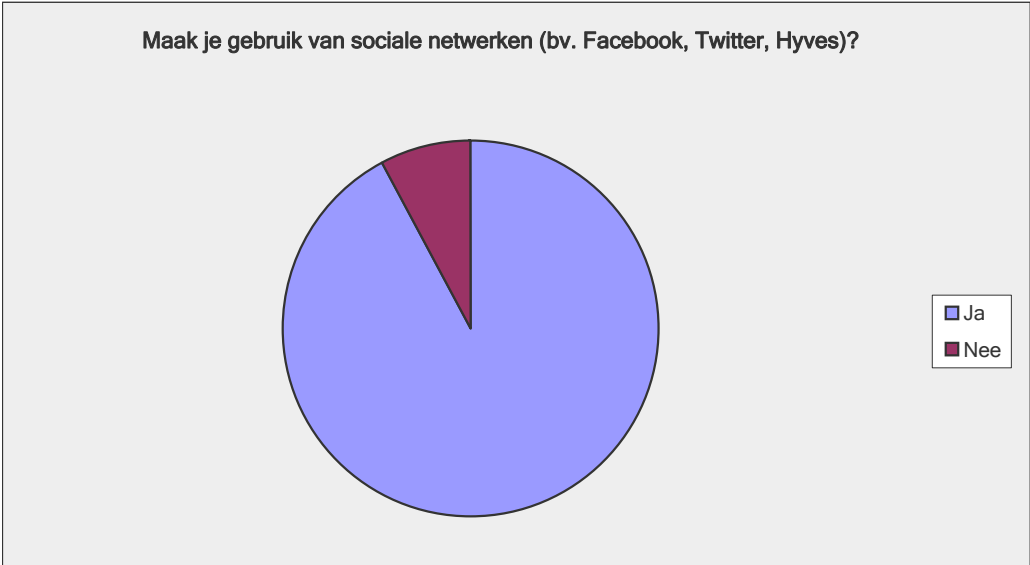
Sportbureau

Ik volg een opleiding bij de afdeling		
Answer Options	Response Percent	Response Count
Zorg en Welzijn	27,7%	56
Horeca, Toerisme & Recreatie	8,9%	18
Handel, Economie & Administratie	26,7%	54
ICT	7,9%	16
Beeld & Geluid	7,9%	16
Mechatronica	6,9%	14
Bouwkunde	4,0%	8
Sport & Bewegen	4,0%	8
Orde & Veiligheid	2,0%	4
Wellness	4,0%	8
<i>answered question</i>		202
<i>skipped question</i>		0



Sportbureau

Maak je gebruik van sociale netwerken (bv. Facebook, Twitter, Hyves)?		
Answer Options	Response Percent	Response Count
Ja	92,1%	186
Nee	7,9%	16
answered question		202
skipped question		0

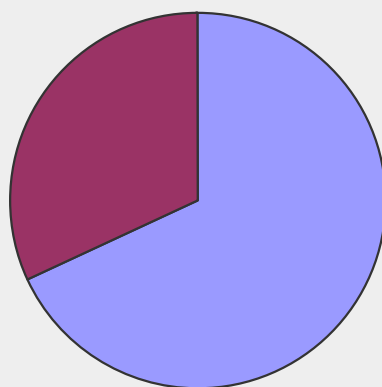


Sportbureau

Welk middel gebruik je het meest voor het bijhouden van je sociale netwerken?

Answer Options	Response Percent	Response Count
Smartphone (of andere mobiele telefoon)	68,1%	132
Computer	31,9%	64
<i>answered question</i>		196
<i>skipped question</i>		6

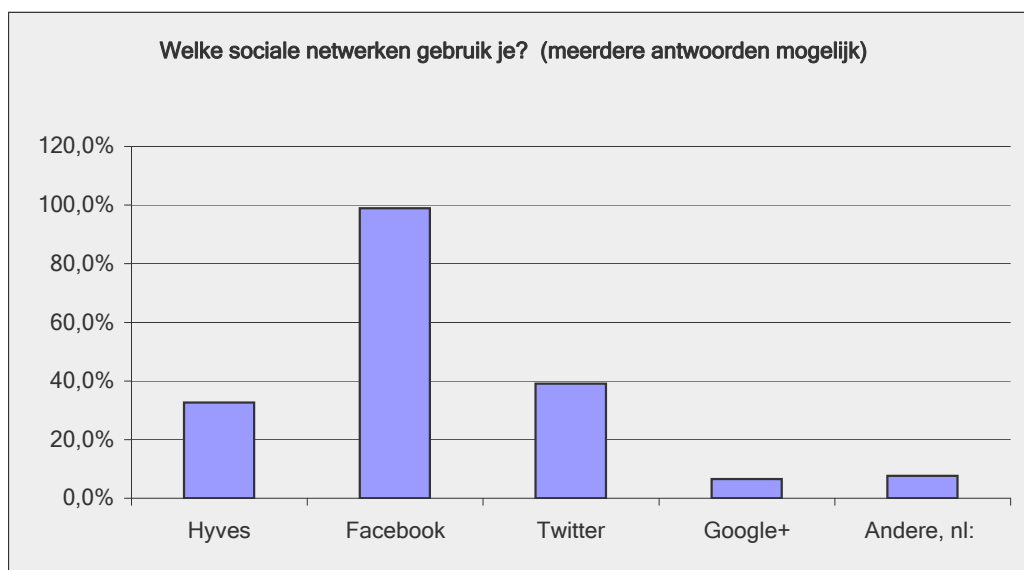
Welk middel gebruik je het meest voor het bijhouden van je sociale netwerken?



■ Smartphone (of andere mobiele telefoon)
■ Computer

Sportbureau

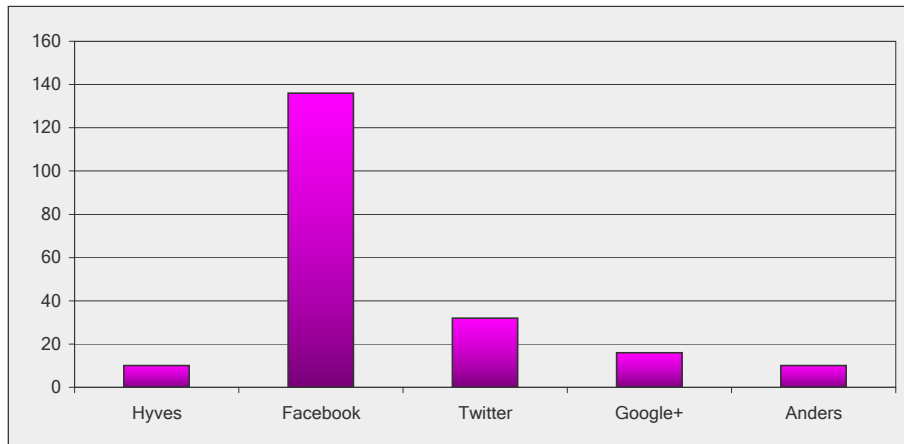
Welke sociale netwerken gebruik je? (meerdere antwoorden mogelijk)		
Answer Options	Response Percent	Response Count
Hyves	32,6%	60
Facebook	98,9%	182
Twitter	39,1%	72
Google+	6,5%	12
Andere, nl:	7,6%	14
answered question		184
skipped question		18



Sportbureau

Om er achter te komen welke sociale netwerken het meest gebruikt worden door 1e jaars studenten van ROC A12, vragen wij je om per social netwerk aan te geven hoe vaak jij er gebruik van maakt.

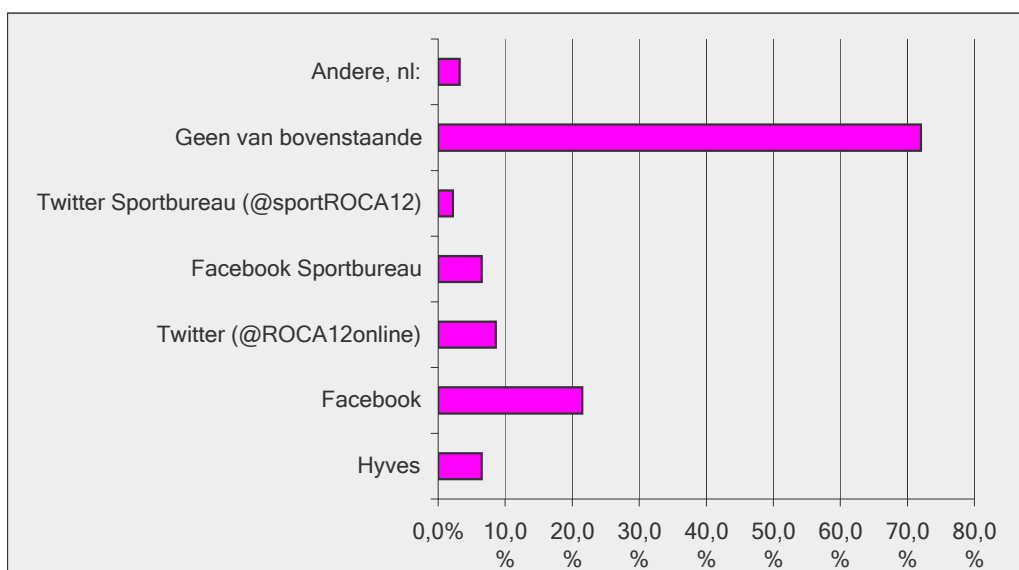
Answer Options	zeer vaak	regelmatig	soms	nooit	Rating Average	Response Count
Hyves	10	14	56	96	3,35	176
Facebook	136	30	8	2	1,30	176
Twitter	32	30	20	94	3,00	176
Google+	16	16	26	118	3,40	176
Anders	10	8	16	142	3,65	176
Als je hebt aangegeven dat je andere sociale netwerken gebruikt, geef dan hier aan welke dit zijn:						20
<i>answered question</i>						176
<i>skipped question</i>						26



Sportbureau

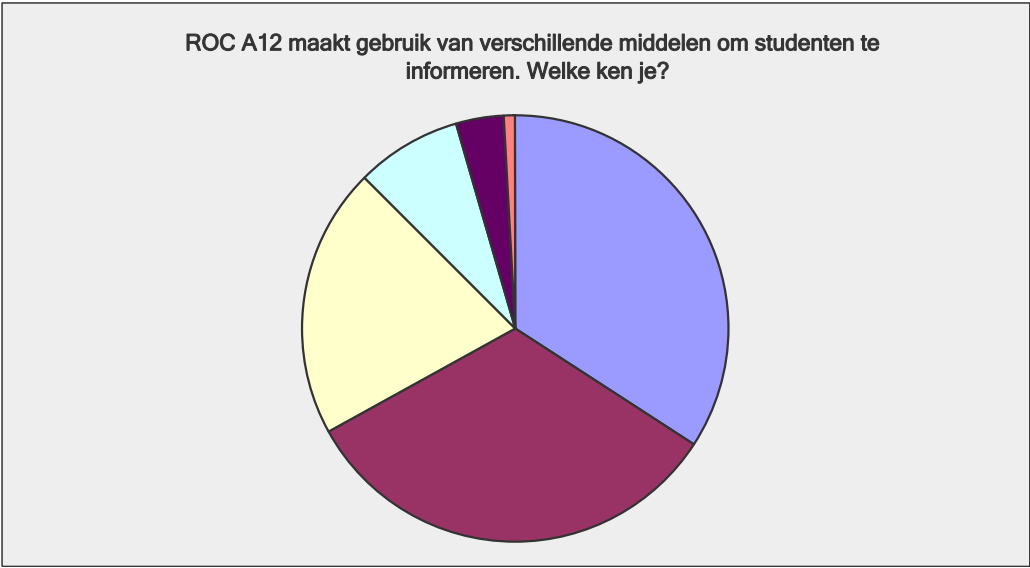
Welke social media van ROC A12 ken je? (meerdere antwoorden mogelijk)

Answer Options	Response Percent	Response Count
Hyves	6,5%	12
Facebook	21,5%	40
Twitter (@ROCA12online)	8,6%	16
Facebook Sportbureau	6,5%	12
Twitter Sportbureau (@sportROCA12)	2,2%	4
Geen van bovenstaande	72,0%	134
Andere, nl:	3,2%	6
answered question		186
skipped question		16



Sportbureau

ROC A12 maakt gebruik van verschillende middelen om studenten te informeren. Welke ken je?		
Answer Options	Response Percent	Response Count
Connect (het intranet)	89,2%	166
E-mail (studentenmail)	86,0%	160
Schoolmonitoren (o.a. voor roosterwijzigingen)	53,8%	100
Posters	20,4%	38
Wegwijzer (informatie voor studenten die je ontvangt in	9,7%	18
Geen van bovenstaande	2,2%	4
answered question		186
skipped question		16

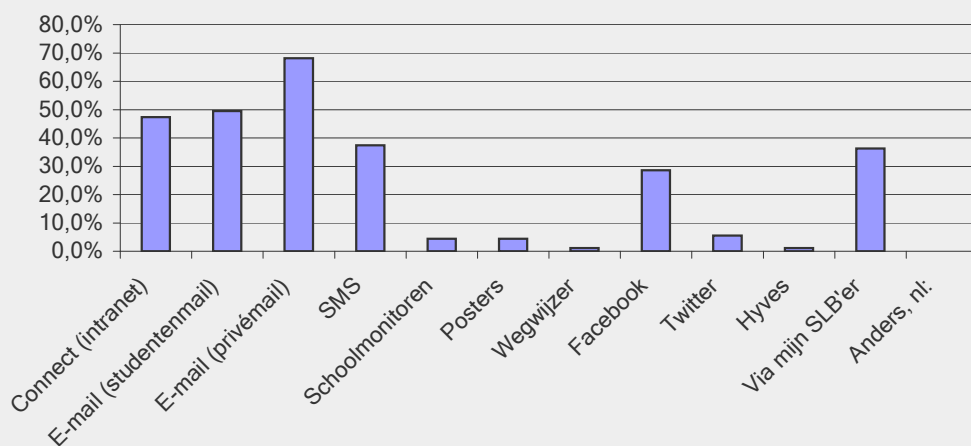


Sportbureau

Via welke middelen kan ROC A12 jou het beste bereiken? (max. 4 keuzes)

Answer Options	Response Percent	Response Count
Connect (intranet)	47,3%	86
E-mail (studentenmail)	49,5%	90
E-mail (privémail)	68,1%	124
SMS	37,4%	68
Schoolmonitoren	4,4%	8
Posters	4,4%	8
Wegwijzer	1,1%	2
Facebook	28,6%	52
Twitter	5,5%	10
Hyves	1,1%	2
Via mijn SLB'er	36,3%	66
Anders, nl:	0,0%	0
answered question		182
skipped question		20

Via welke middelen kan ROC A12 jou het beste bereiken? (max. 4 keuzes)



Sportbureau

Heb je wel eens gehoord van het Sportbureau?		
Answer Options	Response Percent	Response Count
Ja	93,4%	170
Nee	6,6%	12
<i>answered question</i>		182
<i>skipped question</i>		20

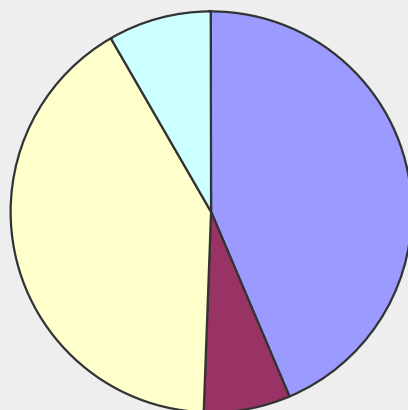


Sportbureau

Wanneer heb je voor het eerst gehoord van het Sportbureau?

Answer Options	Response Percent	Response Count
Tijdens de fittest	43,5%	74
Om te kunnen inloggen in Testjeleefstijl	7,1%	12
Voor het inschrijven van sportclinics	41,2%	70
anders, nl.:	8,2%	14
answered question		170
skipped question		32

Wanneer heb je voor het eerst gehoord van het Sportbureau?



- Tijdens de fittest
- Om te kunnen inloggen in Testjeleefstijl
- Voor het inschrijven van sportclinics
- anders, nl.:

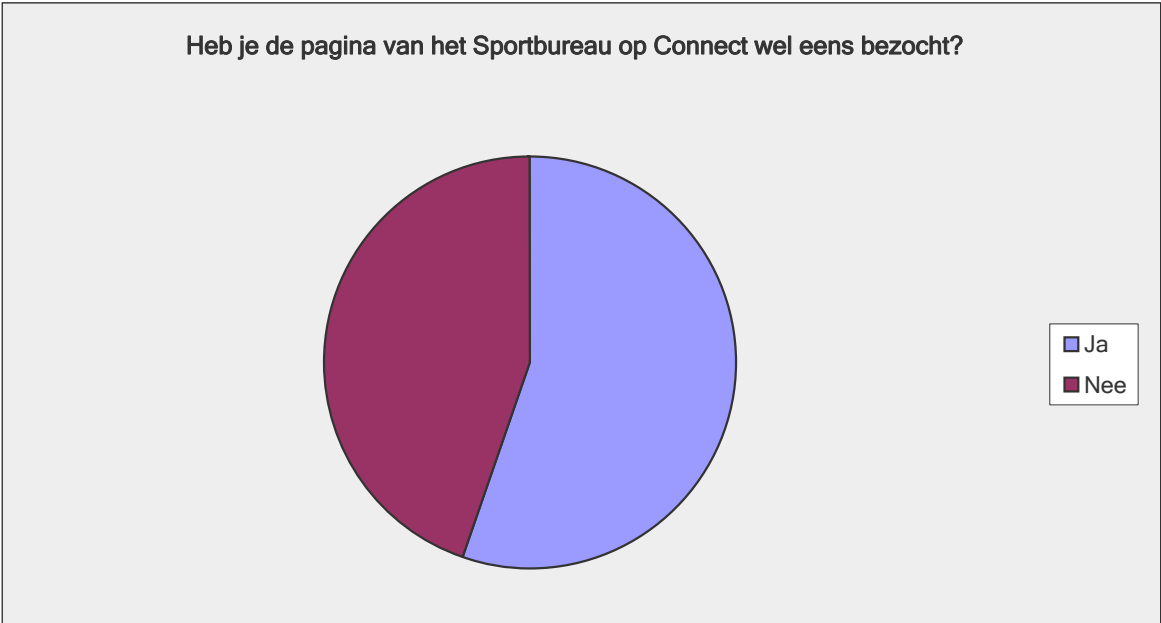
Sportbureau

Weet je waar je het Sportbureau kunt vinden?		
Answer Options	Response Percent	Response Count
Ja, het is makkelijk te vinden	67,1%	114
Ja, maar het is wel even zoeken	20,0%	34
Nee, ik zou het niet weten	12,9%	22
answered question		170
skipped question		32



Sportbureau

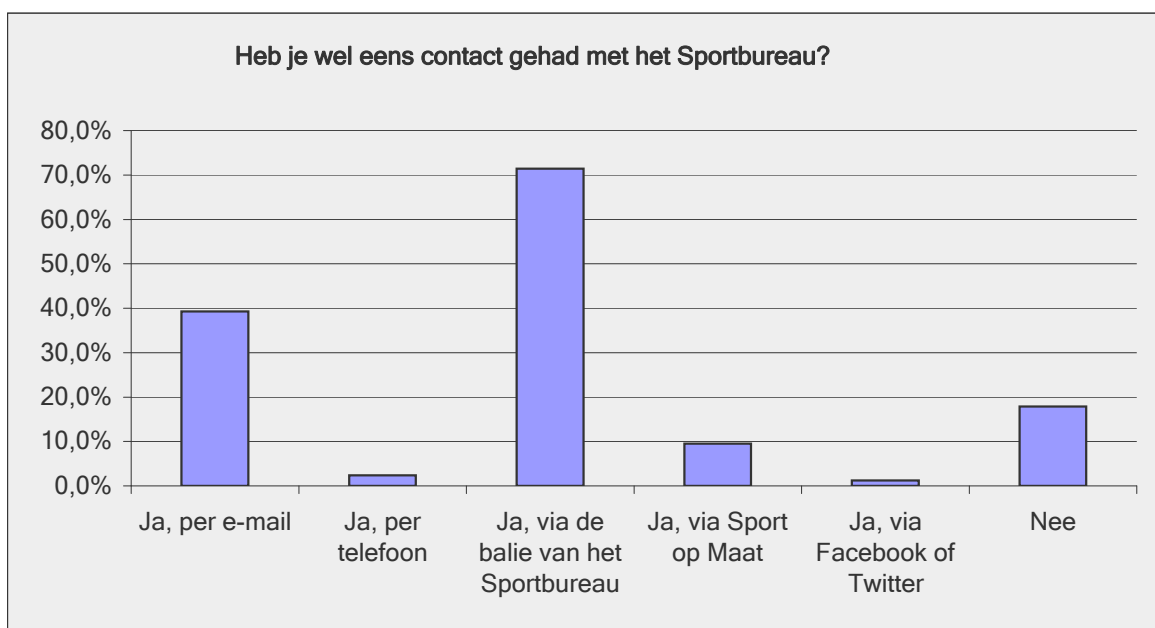
Heb je de pagina van het Sportbureau op Connect wel eens bezocht?		
Answer Options	Response Percent	Response Count
Ja	55,3%	94
Nee	44,7%	76
<i>answered question</i>		170
<i>skipped question</i>		32



Sportbureau

Heb je wel eens contact gehad met het Sportbureau?

Answer Options	Response Percent	Response Count
Ja, per e-mail	39,3%	66
Ja, per telefoon	2,4%	4
Ja, via de balie van het Sportbureau	71,4%	120
Ja, via Sport op Maat	9,5%	16
Ja, via Facebook of Twitter	1,2%	2
Nee	17,9%	30
answered question		168
skipped question		34



Sportbureau

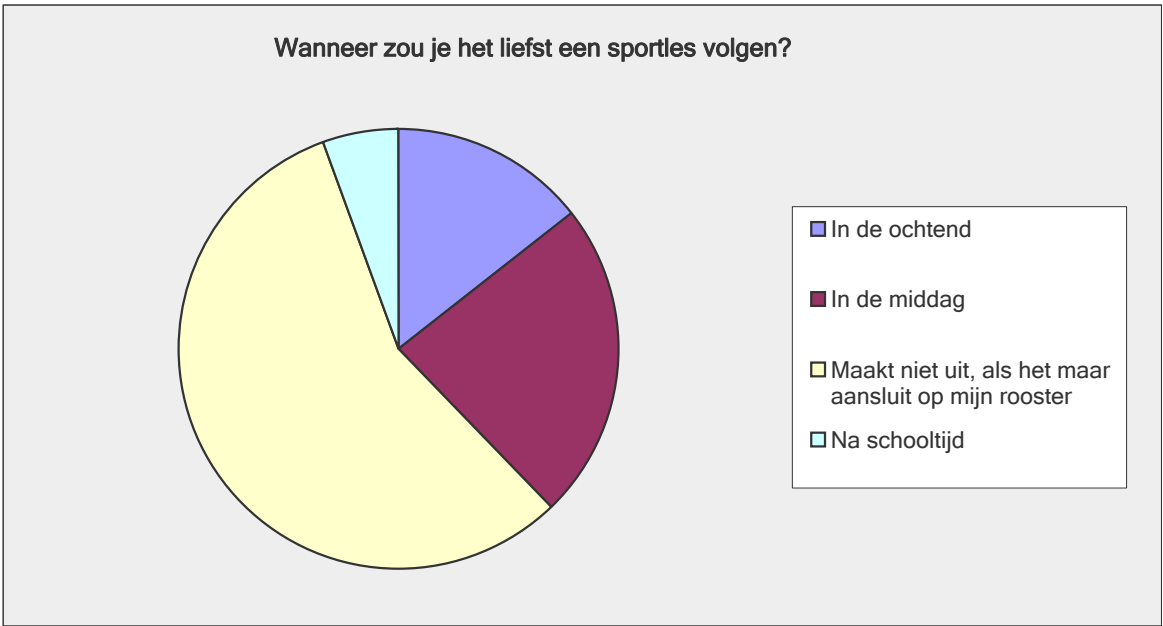
Als je een vraag hebt over het sportprogramma, hoe zou je dan het liefst contact opnemen met het Sportbureau? (max. 2 antwoorden)

Answer Options	Response Percent	Response Count
Per e-mail	65,6%	118
Per telefoon	10,0%	18
Via de balie van het Sportbureau	71,1%	128
Via chat (bv. Facebook chat)	4,4%	8
Via social media (bv. een vraag stellen via Twitter of	1,1%	2
Via het programma Sport op Maat	1,1%	2
Via een eigen website van het Sportbureau	3,3%	6
Anders, nl.:	0,0%	0
answered question		180
skipped question		22



Sportbureau

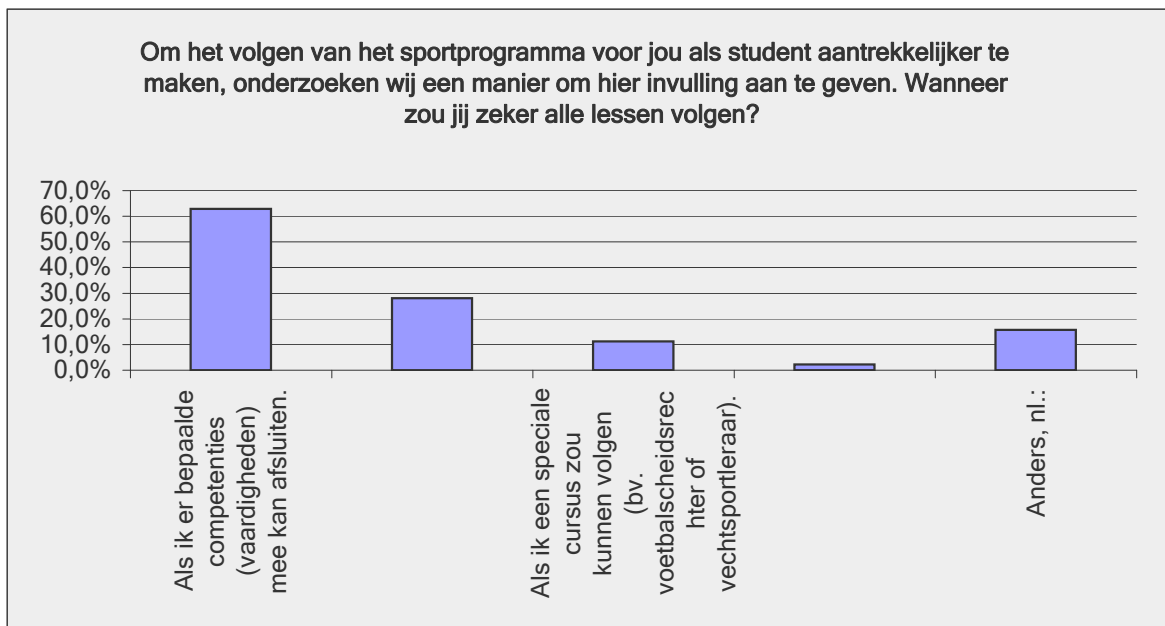
Wanneer zou je het liefst een sportles volgen?		
Answer Options	Response Percent	Response Count
In de ochtend	14,4%	26
In de middag	23,3%	42
Maakt niet uit, als het maar aansluit op mijn rooster	56,7%	102
Na schooltijd	5,6%	10
answered question		180
skipped question		22



Sportbureau

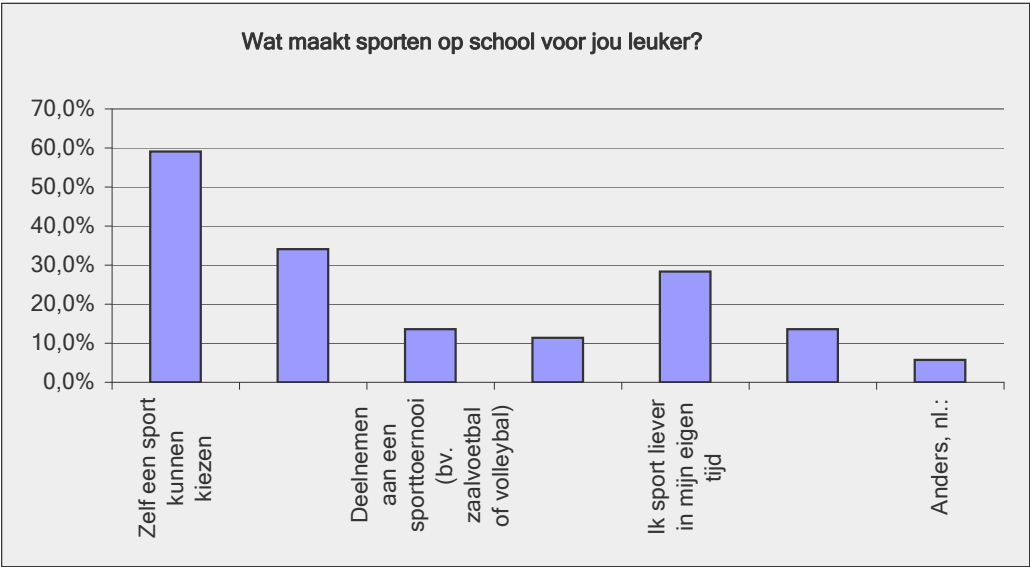
Om het volgen van het sportprogramma voor jou als student aantrekkelijker te maken, onderzoeken wij een manier om hier invulling aan te geven. Wanneer zou jij zeker alle

Answer Options	Response Percent	Response Count
Als ik er bepaalde competenties (vaardigheden) mee kan	62,9%	112
Als ik er straks makkelijker een baan door krijg (bv. door	28,1%	50
Als ik een speciale cursus zou kunnen volgen (bv.	11,2%	20
Als ik kan trainen om mee te doen aan een Nederlands	2,2%	4
Anders, nl.:	15,7%	28
answered question		178
skipped question		24



Sportbureau

Wat maakt sporten op school voor jou leuker?		
Answer Options	Response Percent	Response Count
Zelf een sport kunnen kiezen	59,1%	104
Met mijn eigen klas sporten	34,1%	60
Deelnemen aan een sporttoernooi (bv. zaalvoetbal of	13,6%	24
Als de lessen door een bekende sporter worden gegeven	11,4%	20
Ik sport liever in mijn eigen tijd	28,4%	50
Ik vind sporten niet leuk	13,6%	24
Anders, nl.:	5,7%	10
answered question		176
skipped question		26



BIJLAGE 6

Verslag Focusgroep

Verslag bijeenkomsten Focusgroep

Data: 24 april, 15 mei en 22 mei 2012

Tijd: 14:00 – 15:00 uur Lokaal: C2.09

O.l.v.: Renate van Ingen

Deelnemers focusgroep studenten

Man

Achraf Agaroud

Yafet Hagos Tsadik

Willem Meerveld

Marco Schut

Dominique Wanders

Rommert Politiek

Sean Vermond

Mahamud Mahamed

Willem-Dirk Jansen

Peter Scherpenisse

Vrouw

Chantal Krens

Donna van Eldik

Siham El Gharbani

Hafsa El Hassnaoui

Kelly van Veluw

Jill Boon

Noamy de Heus

Jade Mantai

Nikita Stijf

Lan Vo

Social media

Social media wordt door de focusgroep vooral gebruikt voor het onderhouden van contact met vrienden, om op de hoogte te blijven van wat vrienden bezig houdt en voor de 'fun' factor.

De focusgroep geeft aan dat ze niet zomaar een bedrijf of school gaan volgen op Facebook, Hyves of Twitter, omdat ze privé en school gescheiden willen houden. Op de vraag of ze wel bereid zijn om ROC A12 of het Sportbureau te volgen via social media als ze er iets voor terug krijgen, bijvoorbeeld door het winnen van een prijs, wordt negatief gereageerd. De studenten geven aan dat ze het grootste deel van de dag op school aanwezig zijn en daarbuiten niet met school geconfronteerd willen worden.

Bedrijven die wel gevolgd worden zijn (sport)merken of (sport)verenigingen. Als reden voor het volgen van een merk wordt aangegeven dat de mate van interesse in de producten hoog is en ze op de hoogte willen blijven van de nieuwste ontwikkelingen of nieuwe producten. Een (sport)vereniging of (sport)club wordt gevolgd omdat de interesse in de activiteiten van de vereniging of club hoog is.

Communicatie en communicatiemiddelen

Verbeterpunten in de communicatie: duidelijke informatie verstrekken bij aanvang van het schooljaar, bij voorkeur klassikaal. Men geeft aan dat zowel de SLB'er als de L&B docent niet of niet voldoende op de hoogte zijn van het programma. De studenten geven aan dat zij zich bewust zijn dat deelname verplicht is, niet dat het opgenomen is in het OER.

De groep geeft aan dat de posters die opgehangen worden niet bekeken worden, omdat de prikborden niet echt opvallen als ze er langs lopen. Communicatie via de schoolmonitoren vinden ze wel een goed idee, maar ze vinden de monitoren nu wel erg klein. Ze zouden het liefst 2 monitoren naast elkaar zien, 1 voor de roosterwijzigingen en 1 voor overige informatie.

De pagina van het Sportbureau heeft de groep niet bezocht. Ze weten niet waar ze die kunnen vinden op Connect. Ze zouden het handiger vinden als er een banner zou zijn met Sportbureau. Op de vraag waar ze Connect voor bezoeken, geven de studenten aan: voor het raadplegen van roosters en cijfers. De studenten geven aan dat er door de docenten geen gebruik wordt gemaakt van Connect en dat er ook niet uitgelegd wordt dat ze informatie kunnen vinden op Connect. Als er vanaf begin van het schooljaar wel op gewezen zou worden, dan zouden ze vaker op Connect kijken. Intensiever gebruik van Connect door de docenten, bijvoorbeeld door het ter beschikking stellen van lesinformatie etc. wordt door de focusgroep wisselend gewaardeerd. De helft van de groep ontvangt dit liever via medestudenten of per e-mail van de docent, omdat ze geen zin hebben om actief op zoek te gaan naar deze informatie. De andere helft van de groep zou de inhoud van gemiste lessen liever via Connect verkrijgen, omdat aantekeningen van medestudenten vaak niet volledig en duidelijk zijn.

Als tip wordt door één van de studenten gegeven om belangrijke berichten in een pop-up te laten verschijnen die ze middels een kruisje kunnen wegklikken. Dan moet men het bericht wel lezen.

Een verbeterpunt voor het Sportbureau is om een reactie te geven op vragen die ze per e-mail stellen. Dit geldt voor e-mail naar het algemene e-mailadres van het Sportbureau. Van de coördinatoren komt altijd een reactie, volgens de studenten.

De studenten vragen of het mogelijk is slechts 1 e-mailadres in te voeren in Sport op Maat, waarbij de student zelf kiest op welk adres hij informatie wil ontvangen (studentenmail of privémail). Nu krijgt men 2x dezelfde e-mail toegestuurd.

De voorkeur voor studentenmail en privémail is wisselend. Ongeveer de helft van de studenten wil zijn/haar privé e-mailadres graag privé houden en niet aan school verstrekken.

Sportbureau

De studenten geven aan dat het Sportbureau 'verstoppt' zit in het gebouw en daardoor niet makkelijk te vinden. Op de vraag wat zij een goede locatie zouden vinden, geeft de groep aan: in het schoolrestaurant zoals het Servicepunt. De focusgroep geeft de voorkeur aan contact met het Sportbureau via de balie of via e-mail.

De serviceverlening door het Sportbureau wordt gewaardeerd. De studenten geven aan dat ze altijd kunnen binnenlopen. De focusgroep vindt dat het Sportbureau geopend zou moeten zijn tussen 09.00 en 16.00 uur.

Sport4You

Voorlichting

De studenten geven aan dat de informatie uit de voorlichting van het Sportbureau is weggezaakt omdat er een paar maanden tussen het inschrijven voor clinics zit.

Leefstijltest

Vanuit de groep komt de vraag om de leefstijltest direct na de fittest in te plannen, zodat de gegevens direct ingevoerd kunnen worden en het formulier niet zo snel kan kwijtraken.

Voor de lessen Loopbaan & Burgerschap wordt gebruik gemaakt van het programma Spring. De Studenten klagen hierover omdat een aantal opdrachten niet werken. Nadat de logica in de volgorde van het programma Sport4You is uitgelegd, geven de studenten aan dat ze in plaats van Spring liever meer bezig zouden zijn met het leefstijlprogramma en verbeterplan. Het grootste gedeelte van de focusgroep geeft aan dat ze het *gevoel* hebben dat docenten tijdens L&B lessen niet geïnteresseerd zijn. Dit maken de studenten op uit de houding van de docent: er wordt een opdracht gegeven en de docent gaat achter zijn/haar laptop zitten. Bij een kleiner deel van de focusgroep worden lessen L&B anders vormgegeven door het voeren van discussies over de thema's, zodat de studenten niet achter de pc hoeven te zitten.

SportKeuzeProgramma

Eén van de sportclinics die zeker gemist werd door de jongens was voetbal.

De studenten vinden het niet fijn dat de sportclinics gegeven worden door studenten van Sport & Bewegen. Ze krijgen liever les van sportdocenten. Andere mogelijkheid is dat een sportdocent aanwezig is tijdens een les die door een student wordt gegeven.

Studenten geven aan dat studenten die vanwege een fysieke beperking niet kunnen deelnemen aan de sportclinics (SKP) vrijgesteld zouden moeten worden in plaats van het maken van een vervangende opdracht.

Studenten geven aan dat ze liever sporten in eigen tijd en zouden graag zien dat door hun sportvereniging doorgegeven wordt dat ze 8 lessen geweest zijn.

De studenten geven de voorkeur aan 1 uur sportles in het rooster, zodat ze geen tussenuren hebben en op de sportles moeten wachten.

Bij de studenten is veel onbegrip over sport als verplicht vak. Na een dialoog wordt duidelijk dat ze het belang van een gezond en fit lichaam niet zien. Ze zijn van mening dat het hun 'eigen keuze' is. Na uitleg over het belang van een fit, gezond en vitaal lichaam voor het toekomstige beroep, komen de studenten wel met suggesties voor de invulling van de lessen, zoals ergonomie. De lessen aanpassen op het beroepenveld zien de studenten als een voordeel en extra stimulans om toch de les te volgen, bv. ergonomie voor administratieve beroepen.